الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

وتأثيرها فى المعرفة البشرية
النظرية والتطبيق

تأليف / **محمود طارق هارون**
مدرس مساعد - كلية الآداب
جامعة عين شمس



دار الفجر للنشر والتوزيع

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

وتأثيرها فى المعرفة البشرية

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

وتأثيرها فى المعرفة البشرية

النظرية والتطبيق

الطبعة الأولى 2017

تأليـــــف : محمود طارق هارون

رقم الإيداع : 2136

الناشر

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر - النزهة الجديدة

القاهرة - مصر

تليفون: 26242520 - 26246252(00202)

فاكس: 26246265 (00202)

Email: info@daralfajr.com

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

وتأثيرها فى المعرفة البشرية

النظرية والتطبيق

تأليف

محمود طارق هارون

مدرس مساعد - كلية الآداب

جامعة عين شمس

دار الفجر للنشر والتوزيع

2017

بسم الله الرحمن الرحيم

(وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُولاً {36/17})

[الإسراء : 36]

الاهداء

إلى رفيقة دربي وشريكة حياتى ... زوجتى الغالية

إلى ابنى الغالى قرة عينى ... " يونس "

قائمة المحتويات

مقـــــــدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمـد وعـلى آله وصحبه، وبعد ... لقد كان التزايد المستمر والمحلوظ لظاهرة جديدة تعـرف بمواقـع الـشبكات الاجتماعية المتاحة عـلى الإنترنـتOnline Social Networks Sites سـببًا وراء ظهـور الاهتمامـات البحثية المرتبطة بكلٍ من: الدراسات والبحوث التى تُعنى بكيفيـة التواصـل الاجتماعـي بـين الأفـراد والهيئات والمنظمات في سياق البيئة الإلكترونية مـن جهـة، والتعـرف عـلى الخـدمات التـى تقـدمها الشبكات الاجتماعية من جهة أخرى، فضلاً عن تحليل الـروابط الفائقـة بـين تلـك المواقـع ببعـضها البعضBoyd، D. M.، & Ellison، (N. B . 2007). هذا وقـد بـدأت مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة بالظهور على استحياء في منتصف التسعينيات من القرن المـاضى تحديـدًا في عـام 1995 * فكانـت فكرتها بسيطة للغاية، حيث يقوم المشترك بإضافة الملـف الشخـصى الخـاص بـه وصـوره لـه لـكى يتمكن أعضاء الموقع مـن التعـرف عليـه، وبعـض المعلومـات الشخـصية عنـه، وملفـات الفيـديو الخاصة به ... إلخ، ويساهم هـذا النـوع مـن المواقـع بـصنع طريقـة إتـصال سـهلة وسريعـة بـين مستخدميه كالبريد الإلكتروني، ولكن في ذلـك الوقـت كانـت أغلـب تلـك المواقـع تجاريـة وتقـدم

---

* ظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية عام 1995، لكنها لم تنشط وتنتشر إلا في عام 2003 بظهـور مـا يعـرف بالموجـه الثانية من الشبكات الاجتماعية مثل موقعى Myspace.com،Facebook.com وهما مـا يمـثلا التطـور الحقيقـى للشبكات الاجتماعية.

خدماتها بمقابل مادى، مثل موقع ماتش Match.com وقد يتضح تأثير أنماط التفاعل الاجتماعي بين البشر عبر مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال حجم المشتركين فيها، فهى تضم مئات الملايين من المستخدمين للتفاعلات الاجتماعية عبر العالم، ومنها عشرات الملايين من الشباب العربى (Vazire،Goslign S & Augustine A ، 2011) وقد قامت مؤسسة We Are Social بإصدار تقرير يسلط الضوء على حالة استخدام وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي مع تقديمها لأرقام وبيانات خاصة بعام 2013 حيث أشار إلى أن منصات الشبكات الاجتماعية تواصل تحقيق معدلات نمو متزايدة من حيث نسبة الاستخدام، حيث تمكنت أعلى تلك الشبكات من إضافة أكثر من 135 مليون مستخدم جديد خلال عام 2013. كما يظهر التقرير أيضًا أن المناطق التى تستحوذ على أكبر نسبة من مستخدمى الإنترنت هى نفسها التى تمتلك أعلى نسب انتشار لمستخدمى الشبكات الاجتماعية النشطين، حيث تحتل منطقة الشرق الأوسط المركز التاسع بنسبة 24%(*) **وتتأتى أهمية الكتاب من عدة إعتبارات من بينها :**

أ- قلة الدراسات المتعلقة بتتبع الجذور التاريخية للشبكات الاجتماعية بشكل عام ومواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بشكل خاص.

ب- ندرة الدراسات العربية المتعلقة بآليات تقييم شبكات التواصل الاجتماعي.

ج-تعد الشبكات الاجتماعية إحدى الطرق الحديثة والمتطورة والتى تُسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهى القيم التى ينطلق منها أى مشروع تنموى ثقافي.

(*) We are social (2014). Global Digital Statistics. Retrieved From : http://www.etonpreneurs.com/uploads/Global.pdf

ونظراً لما تتمتع بـه مواقع الـشبكات الاجتماعيـة مـن أهميـة في جميـع مناشـط الحيـاة الاجتماعية، والإعلامية، والسياسية خاصة مع قيام الثورات العربيـة في الربـع الأول مـن عـام 2011، وبروز دورها كمصدر من مصادر المعلومـات، حيـث تركـز تلـك المواقـع عـلى نوعيـة مـن المحتـوى يطرحه فكر المـستخدم User Generated Content، مـما يتـيح لـه أن يظهـر كيانـه وهويتـه وأن يلتقى ويتفاعل مع أفكار ورؤى الآخـرين (مـراد، ماجـدة 2012). ونظـراً لتواجـد مواقـع الـشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، ولقدرتها على النفاذ إلى الأفراد والجماعـات بـسرعة ويـسر، ولإتاحتهـا مصادر المعلومات والمعرفة بأساليب مختلفة غير تقليدية، وقدرتها على تحقيـق التفاعـل والإنـدماج في إطار من الألفة والـصداقة، فيـأتي دور هـذا الكتـاب في محاولـة متواضـعة لرسـم صـورة واضـحة للشبكات الاجتماعية على العنكبوتية من خلال : التعرف على أهداف مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة على الإنترنت، ومسارات تطورها، ومكوناتها الأساسية، وخـدماتها، وتقنيـات الاتـصال بهـا وأثرهـا في تشكيل الوعى الثقافي والمعرفي وتوجيه أنماط التفكير، فضلاً عن التعرف على المعايير العالمية الخاصة بتقييم وتحليل مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وأبرز فئاتها ...إلـخ. ويـضم وهـذا الكتـاب بين طياته مقدمة وستة فصول يتناول الفصل الاول: **الشبكات الاجتماعية وجـذورها التاريخيـة: نظرة عامة** حيث يستعرض كرونولوجيا الشبكات الاجتماعية، نظرية الجسور الـسبع لكونيغـسبرج، نظرية الانفصال ذي الدرجات الست، محاولات كل من كوشين Kochen وآيثيل دي سولا، الشبكات المعقدة، ظاهرة العالم الصغير، نظرية قوة الروابط الضعيفة. الفصل الثـاني: **الـشبكات الاجتماعيـة المتاحة على العنكبوتية** : نـشأتها وتطورهـا حيـث ينـاقش هـذا الفـصل تطـور تقنيـات التواصـل

بين الأفراد، والتعريف بالشبكات الاجتماعية وتطورها وأهم الشبكات الاجتماعية الأجنبية والعربية.

الفصل الثالث : فئات وخصائص الشبكات الاجتماعية المتاحة علـى العنكبوتيـة حيـث يعـالج هذا الفصل فئات الشبكات الاجتماعية، وخصائصها ومعماريتها. **الفصل الرابـع : المعـايير العالميـة لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية. حيث يتناول** ذلك الفـصل بالتحليـل أبـرز المعايير العالمية لتقييم مواقع الـشبكات الاجتماعيـة عـلى العنكبوتيـة والاسـاليب العالميـة المختلفـة للتقـيم. **الفصل الخامس : تقييم وتحليل أشهر الشبكات الاجتماعية المتاحة عـلى العنكبوتيـة** حيث يستعرض ذلك الفصل أشهر 16(سته عشر شبكة على الإنترنـت) محلـلاً محتواهـا والخـدمات التى تقدمها وخصائـصها المختلفـة. **الفـصل الـسادس :** اسـتثمار تقنيـات الـشبكات الاجتماعيـة في المعرفة البشرية إذ يتناول أنماط تأثير تلك الشبكات في قطاعات المعرفة المختلفة (التربية التعلـيم – شركات السياحة - التسويق – الاعلام – المكتبات – تشكيل الوعى السياسى والاجتماعي ...إلخ).

والـلـه من وراء القصد ...،،

الفصل الأول

الشبكات الاجتماعية وجذورها التاريخية : نظرة عامة

0/1 تمهيد

يهتم هذا الفصل بإلقاء الضوء على طبيعة الشبكات الاجتماعية Social Networks من الناحية التاريخية، التعريفية، وفكرتها ؛ موضحًا النظريات المختلفة ذات الصلة.

1/1 كرونولوجيا* الشبكات الاجتماعية :

يرجع الفضل لعالم الأنثربولوجيا الشهير ج.آ. بارنز J. A. Barnes. في صك ذلك المصطلح عام 1954 حيث عَرف الشبكات الاجتماعية بأنها "مجموعة الوحدات Nodes التى تربط البنية الاجتماعية من أفراد ومنظمات في نسيج واحد متكامل، تعكس خلالها كل من العلاقات وتدفقاتها في الأوساط

* ترجع الجذور اللغوية للكلمة إلى اليونانية (χρόνος) وكان المقصود بها قديمًا (علم الزمن) أما في وقتنا الحالى فعرفت بعلم تحديد الأحداث حسب الفترة الزمانية أو بمعنى أدق التطور التاريخى للأحداث أو الظواهر.

المختلفة من (أفراد، جماعات، منظمات، حيوانات، حاسبات آلية)، وطرق نقل البيانات والمعلومات وتجهيز الكيانات المختلفة"[1].

وفي أدبيات علوم الرياضيات تسمى الشبكة باسم " المخطط أو المخطط البيانى Graph"، حيث استعارت مجالات مختلفة نظرية المخططات من ناحية بنائها الخارجى والتأطير لها، واستفادت منها كل من شبكة الويب والمعروفة باسم WWW، الشبكات الاجتماعية القائمة على المعارف أو التواصل بين الأفراد، شبكات المنظمات، شبكات الأعمال، الشبكات الطبيعية، العلاقات الشبكية بين الوثائق أو ما يسمى بالاستشهادات المرجعية. وعند دراسة الشبكات الاجتماعية فإننا في واقع الأمر إزاء نظرية المخططات Graph Theory التى تمثل الركيزة الأساسية لعلم الرياضيات المتقطعة. وترجع تلك النظرية إلى العالم ليونهارت أويلر Euler'sالذي اشتهر بإيجاد حل لمشكلة الجسور السبع والتى سنتناولها بشئ من التفنيد في السطور القادمة حيث وضع نواة لعلم الشبكات الاجتماعية وعلم الطوبولجى **، ثم جاءت عدة محاولات لتؤكد على أهمية تلك النظرية في شتى مناحي الحياة.

هذا وتهدف دراسة نظرية الشبكات أو المخططات البيانية التعرف على[2]:

1- الخصائص الإحصائية المتمثلة في طول المسار path lengths المرتبط بالكيانات أو العقد ومعدل توزيع درجات الانفصال بين الكيانات الأخرى المتجانسة والتى تصف البنية وسلوك الأفراد داخل النظم الشبكية وأقتراح طرق مختلفة لقياس تلك الخصائص.

** الطوبولوجيا أوعلم الفضاء أوعلم المكان كلمة يونانية مكونة من مقطعين (topos وتعني مكان وlogos وتعني دراسة) وتعنى تلك الكلمة بدراسة المجموعات المتغيرة التي لا تتغير طبيعة محتوياتها. كما تهتم أيضاً بالخصائص الرياضية للأماكن التى لاتتأثر عند التحول من فضاء رياضى إلى آخر كما يستخدم مصطلح (طوبولجيا الشبكات) الآن لدراسة التركيب البنيوى أوالتركيب المادى للشبكات والهيكلية التى يتم بمقتضاها توصيل الروابط وعقد الشبكة.

2- إنشاء نموذج يحاكي الشبكات وخصائصها يساعد على فهم تلك الخصائص كيف تنشأ ؟ وكيف تتم عملية التجاذب والتفاعل مع الآخرين بداخل المنظومة نفسها؟ .

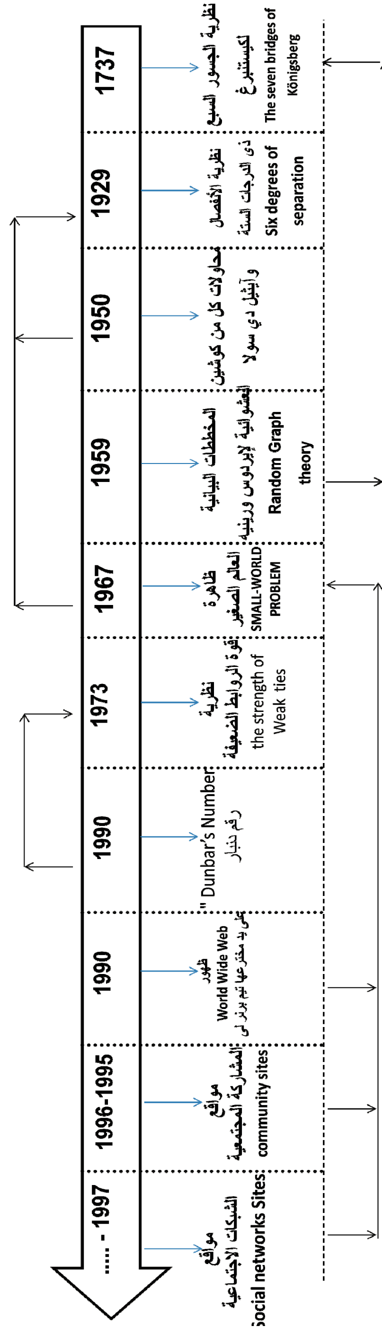
3- التنبؤ بالسلوك الشبكي الذي يستخدم في قياس الخصائص الهيكلية، والقواعد الداخلية التى تحكم الأفراد. فعلى سبيل المثال كيف يمكننا إذا تحكمنا في خصائص الهيكل الشبكى أن نتحكم في تأثير حركة المرور على شبكة الإنترنت، أو أداء محركات بحث الويب أو ديناميات النظم الاجتماعية أو البيولوجية.

وظهرت أهمية الشبكات الاجتماعية دراسة وإفادة من خلال طرح ورقة العمل التى قدمها كين جوردن Ken Jordan بعنوان (The Augmented Social Network) حيث فرض سؤالا نصه كالتالي[3] : " **ظهر حديثاً كتابات تتناول موضوعات تتصل بأهمية الشبكات الاجتماعية ونظريتها الشهيرة "الانفصال ذى الست درجات" لذا هل من الممكن عند دخولك على الخط المباشر أن تصنع وصلات مباشرة بينك وبين آخرين معتمدًا على درجة أو درجتان أو حتى ثلاث درجات من الانفصال؟ وعلى إفتراض بأنك مشتغل بإحدى مشاريع الطاقة الشمسية بولاية كاليفورنيا؟ فهل يمكنك عن طريق وجود نظام ما أن تجد على الأقل مهندسًا واحدًا يشاركك في تخصصك وأن يتوافر ثمة علاقة تبادلية تجمعك به؟ وهل لبرمجيات شبكة الإنترنت قدره على الربط بين سكان العالم بعضهم البعض؟**

ولعل كين جوردن وجد جوابًا يرضيه عندما انتشرت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في منتصف عام 2004 حيث بلغ عدد الشبكات الاجتماعية في ذلك الوقت أكثر من 200 شبكة مثل فريندستر، لينكد إن ،

ريسى ،اوركيوت ، زيرو دجري. هذا ولم تكن فكرة الشبكات الاجتماعية بالفكرة الحديثة، وإنما تضرب بجذورها إلي القرن الثامن عشر.

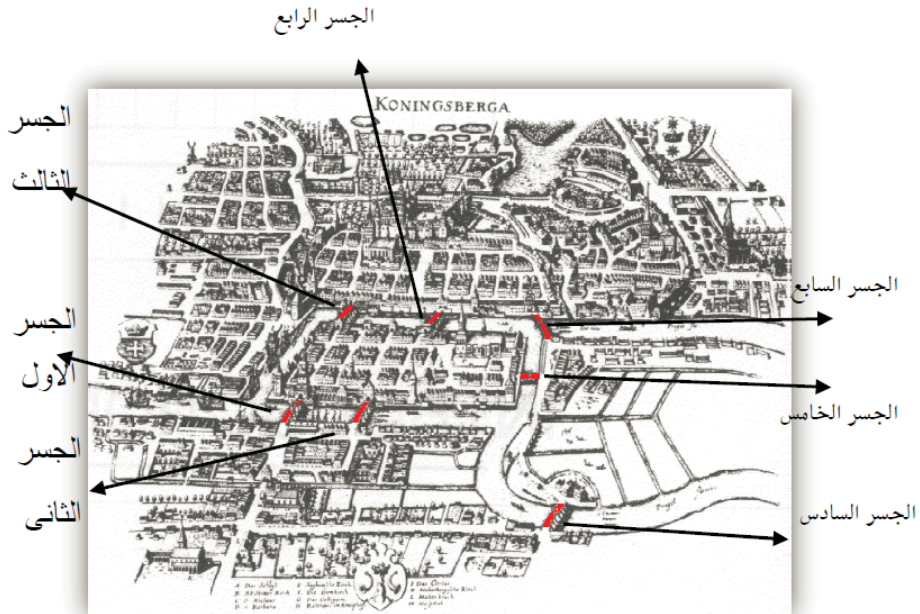
إلا أن مفهومها اتضح في بدايات القرن العشرين بين علماء الاجتماع. عندما ترسخ مفهوم تلك الشبكات في منتصف ذلك القرن. وقد زادت الأبحاث والتجارب المتعلقة بذلك العلم الجديد الذي أصبح قاسما مشتركًا بين عدة مجالات مثل (الأنثروبولوجيا، الرياضيات، المعلومات، الجغرافيا، الطوبولوجى، الإنترنت). وبظهور شبكة الشبكات أو ما يعرف بالإنترنت ظهرت مئات من المواقع التى استخدمت شكل الشبكات المجتمعية أساسًا في بنائها، ولعل الشكل (1) – من تصميم المؤلف - يوضح التطور التاريخى لظهور الشبكات الاجتماعية منذ كونها فكرة تم تطبيقها على المجتمعات الحقيقية Real world إلى أن تم تطبيقها في المجتمعات الافتراضية أوما يعرف بـ الفضاء الإلكتروني Cyper Space. بداية من نظرية الجسور السبعة لكونيغسبرج والتى ظهرت عام 1737 حتى ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في شكلها الراهن.



شكل رقم (1) مخططًا كرونولوجيًا خاص بالتتابع الزمني لتطور الشبكات الاجتماعية

1/1/1 نظرية الجسور السبع لكونيغسبرج(4*) Seven Bridges in Königsberg

في عام 1737 قام ليونارد أويلر بحل مسألة جسور كونيغسبرغ السبع الشهيرة، حيث أدى نفي حل المسألة من قبل ليونارد إلى نشوء علم المخططات البيانية، والرياضيات المتقطعة، وعلم الطوبولجى.



شكل (2) يعبر عن الجسور السبعة (خريطة أعدها كل من ويلسن ، واتكيندس(1990) لمدينة كيستنبرغ في زمن ليونهارد)

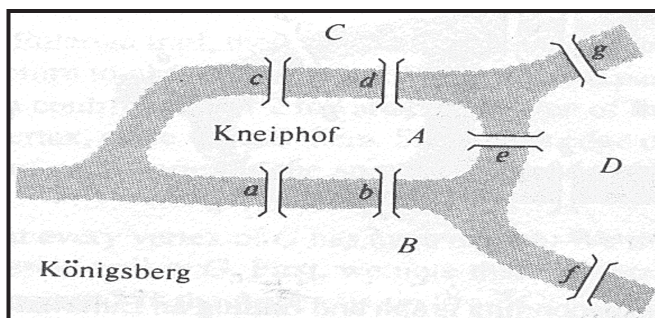
كما هو واضح من الشكل رقم (2) تقع الجسور السبع بمدينة كونيغسبرغ التى ضمت جزيرتين كبيرتين ترتبطان مع البر الرئيسى بواسطة

---

* كونيغسبرغ أو königsberg بالألمانية سابقاً هى عاصمة لدولة الفرسان ، دوقية بروسيا، و مقاطعة بروسيا الشرقية الألمانية. قبل أن يجري تغيير اسمها إلى (كالينينغراد حالياً) في عام 1946 بعد طرد سكانها الألمان.

تلك الجسور، وتكمن فرضية المسألة في الإجابة على السؤال التالى : هل من الممكن التجول بالمدينـة عابرًا جسورها السبع بحيث يتم العبور على كل جسر مرة واحدة فقط؟

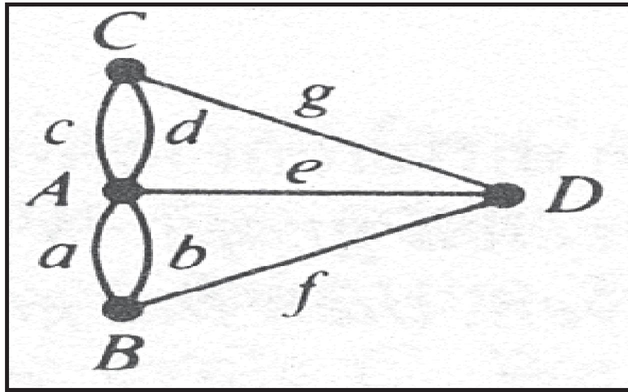
وبعد مجهودات شاقة ومضنية أتضح لأويلر أن تلك المسألة لا حل لها، حيث أشار إلى أنـه ليس من المهم مكان وجود الجسور بـل ترتيبهـا وعلاقتهـا التكامليـة مـع بعـضها الـبعض. لـذا قـام بصياغة المسألة من جديد وذلك بإزالة جميع العناصر عدا الجسور والأرض الواصلة بينها شكل رقـم (3) مما سهل عليه صياغة المسألة بشكل مجرد. وبمصطلح حديث من الممكن ان يطلق على قطعـة الأرض اسم (رأس أو وحـدة Vertix or node) ، وعـلى الجـسر الـذي يـربط قطعتـي الأرض اسـم)ضلع أو رابطة edges or link). حيـث يطلـق عـلى الـشكل الريـاضي النـاتج اسـم مخطـط بيـانى أوGraph.



شكل (3) تتمثل الجسور السبعة (a-g) اما من (A-D) فتمثل المدن الواقعة في مدينة كيستنبرغ

بعد رسم المخطط البياني الذي يعبر عن المـسألة في الـشكل الـسابق ، فقد أشار إلى نتـائج فرضـياته في التـالي : بمجـرد دخولـك إلى إحـدى الـرؤوس Vertics يجب الخروج منه من طريق ضـلع آخـر مختلـف (جـسر). أى أنـه عدد مرات دخول (زيارة) كـل رأس يـساوى عـدد مـرات الخـروج (مغـادرة)

ذات الرأس. وعليه فيجب أن يكون عدد الأضلاع المتصلة بكل رأس زوجيًا (عدا نقطتي الانطلاق والوصول) لتحقيق الشرط السابق. وبالنظر لمخطط الجسور لمدينة كونيغسبرغ نلاحظ أن عدد الأضلاع المرتبط مع كل رأس هو عدد فردى (احداها يتصل مع 5 أضلاع ويمثل حرف A والأخريات مع 3 أضلاع D،C،B)، وعلى اعتبار أنه يوجد على الأكثر رأسين من الممكن أن يكونا نقطتي انطلاق ووصول وعليه فمن الصعب وجود طريق يصل جميع الرؤوس عن طريق المرور مرة واحدة بكل ضلع. كما يوضحه شكل رقم (4).



شكل (4) تمثل الجسور السبعة في (a-g) اما من (A-D) فتمثل المدن الواقعة في مدينة كيستنبرغ

هذا وقد كانت مسألة الجسور السبع مصدرًا لإلهام نظرية المخططات البينية التى وضعت الأطر النظرية الضخمة في مجال علم الرياضيات والتى نشأت منها فكرة الإنترنت واستفادت منها المجالات العلمية المختلفة مثل النمذجة الرياضية التشابكية، علم البيولوجى، الكيمياء، الفيزياء، علم الاجتماع، علم النفس الاجتماعي، والعلوم التطبيقية. كما لعبت نظرية المخططات دورًا

في تقنيات المعلومات عن طريق نمذجة وتحليل شبكات الاستشهاد المرجعى، ونظم المعلومات، شبكات النصوص الفائقة ...إلخ.

2/1/1 نظرية الانفصال ذى الدرجات الست [5] Six degrees of separation:

ترجع جذور تلك النظرية إلى عام 1929 عندما عرض المؤلف والكاتب المجرى فريجيس كارينزى (Frigyes Karinthy) داخل عمله الموسوم " كل شيء مختلف Every thing is Different " والمكون من 52 قصة وتحديدًا في قصة " السلاسل Chains " حوارًا بين إحدى شخصيات القصة يدور حول التقدم المتزايد في وسائل الاتصال والنمو الملحوظ لسكان العالم الذي وصل إلى 1.5 مليار نسمة آنذاك مفاده أن الفجوة بين الأشخاص في العالم بدأت تتلاشى إلى الحد الذي يجعل أى شخص على هذا الكوكب باستطاعته الاتصال بآخر بعيدًا عنه عبر خمس أو ستة وسطاء أو روابط فقط.

ولتبسيط فكرة النظرية إلى الأذهان ضرب مؤلف القصة مثالين:

أولهما : أن ثمة علاقة رابطة تجمع بينه وبين أولئك الحاصلين على جائزة نوبل حيث لاحظ أن الحاصلين على جائزة نوبل على صله بالملك جوستاف – عاهل السويد – الذي يقوم بتسليم الجائزة لهم والمعروف عنه عشقه للعبة التنس والذي يداوم باستمرار على ممارستها مع إحدى الشخصيات الحميمة والمقربة لكارينزى.

ثانيهما : أن ثمة علاقة تربط بينه وبين أحد العاملين بشركة فورد لصناعة السيارات " أن ذلك العامل على معرفه تامة برئيسه المباشر بالورشة التي يعمل بها، وذلك الرئيس بطبيعة الحال على صلة مباشرة بفورد

صاحب المصنع وفي الوقت نفسه تجمع بين فورد وبين مدير مؤسسة هيرست للنشر صداقة حميمة، كما تَعَرف مدير مؤسسة هيرست في السنوات الأخيره على Arpad Pasztor الذي يعتبر صديق شخصى مقرب من كارينزى لذا فيمكن لكارينزى أن يخبر صديقه Arpad Pasztor بأرسال برقية لمدير مؤسسة هيرست يطلب منه أن يتحدث مع فورد حول إمكانية أخبار رئيس الورشة بِحَث العامل على سرعه الانتهاء من تصليح سيارة كارينزى".

وقد عرفت تلك الفكرة فيما بعد بـ " نظرية الانفصال ذى الست درجات ". وعلى رغم من قدم تاريخ تلك الفكرة إلا انها كانت نظرية غير علمية لم ترق إلى التجريب في ذلك الوقت.

3/1/1 محاولات كل من كوشين Kochen وآيثيل دي سولا Ithiel de Sola :

وبعد مرور ثلاثة عقود وتحديداً في عام 1950م حاول كل من آيثيل دي سولا المشتغل بمعهد ماساشوستس للتقنية (MIT) ومانفريد كوشين من شركة آي بي إم (IBM) إثبات فكرة الانفصال ذى الدرجات الست من خلال فرض عدد من الأسئلة التى شكلت محور اهتمامهم وهى[6]:

أ- كيف تتم عملية التواصل البشرى ؟

- ما متوسط عدد المعارف الشخصية التى تحكم عملية التواصل بين الأفراد ؟

- ما متوسط عدد المعارف الشخصية التى تحكم عملية التواصل بين المجتمعات؟

ب- كم عدد الروابط التى تجعل شخصين متباعدين فكريًا وجغرافيًا على صلة ببعضهما البعض ؟

ج- ما طبيعة الأشخاص الذين يمثلون حلقة الوصل بين المجتمعات وبعضها البعض؟

د- ما الطبيعة البنائية للشبكات الاجتماعية ؟

هـ- ما احتمالية معرفة شخصين تم اختيارهما عشوائيًا من وسط ما لبعضهم البعض؟ وإذا حدث ذلك فما هى الصفات المشتركة للوسطاء في سلسلة الترابط الاجتماعي؟ ما هى احتمالية أن كل عضو في المجموعة (ن) مرتبط بعضو آخر(ك) من خلال سلسلة (ك_1 ، ك_2 ، ك_3 ... ك ن).

شكلت هذه الأسئلة أو الفروض - في بحثهما الذي لم ينشر إلا بعد عشرة أعوام من إعداد الدراسة – المحور الرئيسى للدراسة حيث توصلا إلى أن هناك تناسبًا عكسيًا فكلما زاد التعقد الاجتماعي كلما قل عدد الوسطاء (الروابط) بين الأشخاص وبعضهم البعض[7]. وعلى الرغم من قدرتهما على وضع الفرض إلا أنهما لم يتوصلا إلى النتيجة المرجوة الخاصة بتحليل عدد الوسطاء داخل المصفوفة الواحدة.

4/1/1 الشبكات المعقدة Complex Networks[8]:

هى تلك الشبكات التى تتسم بخصائص طوبولوجية (*)معقدة والتى لا تظهر عادة في الشبكات البسيطة المنتظمة **lattice** والعشوائية **Random**، وتمثل نقطة تقاطع بين كل من المخططات البيانية **Graphs** ونظرية الإحتمالات **Probability Theory**، كما تعد كل من الشبكات الاجتماعية،

(*) يشير مصطلح طوبولوجيا الشبكة إلى الطريقة الهيكلية التى يتم بمقتضاها توصيل روابط وعقد الشبكة سواء كانت (شبكات الحاسوب ، الشبكات البيولوجية ، الشبكات الاجتماعية) وتنقسم طبولوجية الشبكات إلى نوعين وهما : الطبولوجية الفيزيقية التى تهتم بتصميم الشبكة من حيث الاجهزة والكوابل واماكن تواجدهم و الطبولوجية المنطقية والتى تهتم بطريقة انتقال وتدفق البيانات وانسيابها في الشبكة.

وشبكات الحاسب الآلي، والشبكات البيولوجية، وشبكات النقل والمواصلات فئات رئيسية من تلك الشبكات. ونظرًا لضخامة الشبكات المعقدة فحتى لو أزيلت معظم العقد المكونة لها سيظل احتمالية وجود مسار Path من إحدى العقد المتبقية إلى أى عقده أُخرى بداخل الشبكة. أما إذا حذف عدد محدود نسبيًا من العقد ذات الوصلات الكثيرة فذلك يؤدى إلى تدهور ملحوظ أو شلل في حركة الشبكة، ولعل ذلك التحليل هو النواة التى ارتكزت عليها الشركات والهيئات التى تعتمد على المعلومات في بنائها وخدماتها أمثال شركات الاتصال ومراكز البحوث التى تضطلع بكيفية تسيير المعلومات في الويب، هذا ما جعل العلماء المنشغلين بطبولوجيا الشبكات أن يعيدوا النظر مرة أُخرى في إعادة بناء هيكلة الشبكات الاتصالية وأن يبنوا عقد تكرارية تعمل على توازن الحركة، وتجعل الشبكة أشد مقاومة ضد أعمال الإختراق والهجوم. هذا ونلاحظ أن التقدم المتزايد في تقنيات المعلومات قد قاد إلى نشوء ما يعرف بقواعد البيانات الضخمة التى تتغلغل في طوبولوجيا الشبكات الاجتماعية الآمر الذي أدى إلى ظهور عدة قياسات إحصائية لتحليل طوبولوجيا الشبكات وهى :

أ- معامل متوسط طول مسار الشبكات محدودة النطاق small average path length

ب- معامل تجميع الزمرة (*) cliques or large clustering coefficients.

جـ- معامل قانون قوة الدرجات الموزعة power law degree distribution

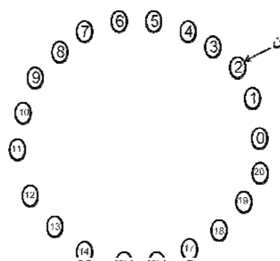
---

(*) تعرف الزمرة بـ " المجموعة " او الجماعة المشتركة في صفة أو عدة صفات " وهى نظرية تنتمى إلى علم الرياضيات والجبر التجريدى.

وتنقسم الشبكات المعقدة إلى عدة نماذج Models ، ولكـن مـا يـستخدم في مجـال الـشبكات وعلوم الاتصالات هو:

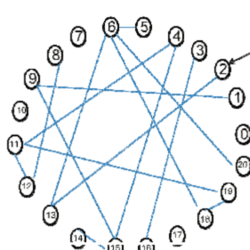
- **نموذج إيردوس ورينية The Erdos-Renyi Model :**

حيث تم التوصل إلى رسم بيـانى عـشوائى مـن خـلال أخـذ عـدة وحـدات nodes (ن) وإيـصالها ببعضها البعض عبر إحتمالية معرفة كل وحدة للأُخرى (ب) وكـما هـو واضـح مـن الأشـكال (5) ،(6)، (7) فإن المخطط العشوائى الناتج من تلك العملية يسمى (ج) أى ان (ج) = (ن ، ب).



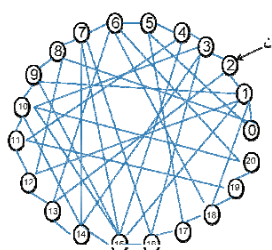
شكل (5)

ب = 0



شكل (6)

ب = 0.1



شكل (7)

ب = 0.2

ويطلق على نموذج إيردوس ورينية أحياناً الـشبكات عديمـة المعياريـة scale-free networks أى تلك الـشبكات التـى لاتخـضع لمعيـار معـين في بنائهـا أو وصـلاتها، وتخـضع درجـة الـروابط (عـدد الوصلات المرتبطة بكل وحدة) لقانون التوزيـع Power law، أى أن غالبيـة الوحـدات لهـا درجـات صغيرة في حين أن عددًا قليلاً من تلـك الوحـدات لهـا درجـات كبـيرة مـن الـروابط وتـسمى Hubs (المجمع). ويمثل الشكل رقم (7) النموذج الهيكلى للشبكات عديمـة المعيـار عـلى نطـاق واسـع ومـن أمثلة تلك الشبكات(شبكات الويب، شبكات التفاعل الغذائى، شبكات معارف الأصدقاء المتضمنة داخل البريد الإلكتروني، مواقع الشبكات الاجتماعية)[9].

هـذا وقـد ارتكـزت شـبكة الإنترنـت ومواقـع الويـب في تـصميمها عـلى الـشبكات عديمـة المعيارية لصمودها أمام ما يعرف بالإلغاء العشوائى للوحـدات حيـث يُمكـن لـشبكة الإنترنـت بقـاء اتصالها رغم إلغاء الكثير من الوحدات(مثال: تعمل شبكة الإنترنت بشكل دائم رغم تعطل الخوادم، المزودات والوصلات) كما أن المُجمعات Hubs التى تأخذ درجات كبيرة من الـروابط تـشكل خطـرًا حينما يتم اختراقها (فقد يؤدى توقف موقع جوجل Google كمستضيف للمواقع إلى عـزل ملاييـن المواقع). وأخيرًا فقد تتميز الشبكات عديمة المعيارية بصغر المسافة الناشئة بين وحداتها مما يجعـل عملية التنقل بين المواقع تتسم بسرعات فائقة، حيث يمكـن الوصـول إلى أى صـفحة مـن صـفحات الويب بالنقر على عدد محدود من الروابط مروراً بما يسمى المجامع[10].

5/1/1 ظاهرة العالم الصغير (SMALL-WORLD PROBLEM)

" هل يتصف العالم بصغره حقا ؟!! " بداية وقبل الخوض في عرض الظاهرة بشيئ مـن التفنيد، فإن ذلك الجدل المتعلق بذلك السؤال قد تلاشى بظهور سلسلة من المحـاولات المتمثلـة في الدراسات المفصلة من قبل باحثين مثل ستانلى مايلجرام Stanley Milgram، واتـس Watts حيث جـاءت نتـائج أبحـاثهم لتـشير بـأن مـصطلح" صـغير Small " هنـا يـستعمل بـديلاً عـن مصطلح " قريب Close، فالعالم مهما زاد عدد أفراده عن البلايين فإن هناك درجة مـن القـرب بين الأفراد بغـض النظـر عـن الحـواجز الجغرافيـة التـى تحـول بـين الوحـدات المكونـة لـشبكة العلاقات الاجتماعية الكونية. ولعل المفارقـة بـين ذلـك الإقـترابDisjuncture الـذي ولـد مـن تلقاء نفسه وبين الإدراك في كيفية تكوين تلك المشابكة المتواصلة مايجعلنا في دهـشة مـستمرة بأن العالم يتسم بصغره وليس الصغر هنا فيزيقـى فحـسب، وإنمـا في محدوديـة الـروابط التـى

تجمع أفراد العالم في مشابكته الطبيعية. ولكن ما الذي يجعلنا ندرك بمحدودية العالم كمكان ما عن غيره؟ وللإجابة عن ذلك السؤال **تتمثل في أربعة نقاط:**

أ- النمو المفرط للوحدات المكونة للشبكات الاجتماعية نتيجة للزيادة الهائلة والمستمرة لسكان العالم.

ب- التزايد الكمي في الشبكات الاجتماعية بين سكان العالم نتيجة للتواصل المستمر بينهم.

ج- عدم مركزية العلاقات الشبكية بين فئات بعينها ؛ فهناك علاقات مباشرة أو غير مباشرة تربطنا بغيرنا باستمرار.

د- انقسام الشبكات الاجتماعية إلى قطاعات واسعة، مما يعنى أن دائرة العلاقات يحكمها تداخل قوى.

ولعل إجابة هذا الاستفسار قد نجمت عنه المعايير الأساسية اللازمة لإثبات حقيقة مفادها أننا بالرغم من اتساع العالم والزيادة المطردة للسكان ؛ إلا أنه تربطنا شبكة من العلاقات تجعل تواصلنا يتم وفق آلية متشابكة عبر سلسلة صغيرة من الروابط. وبعد مضى أربعة عقود من ظهور عمل كارينزى وتحديدًا في عام 1967 ابتكر عالم الاجتماع الأمريكى ستانلي ميلجرام *طريقة لاختبار هذه النظرية وإعادة صياغتها وتجريبها للتأكد من صحتها. ولم يكن هدف ميلجرام معرفة الكيفية التى يتم بها التشابك بين أفراد المجتمع الواحد ؛ وإنما كان مسعاه معرفة عدد الوسطاءLinks في سلسلة العلاقات المتشابكة، وللإجابة على هذا السؤال ابتكر ستانلى طريقته المعروفة " بظاهرة العالم الصغير The Small World Problem " والتى تتبلور في تسليم عدد من الأشخاص- لا تربطهم صداقة مباشرة بينهم – رسالة إلى أحد

* يعد ساتلى ميلجرام واحدا من علماء النفس الاجتماعي الذي يرجع إليه الفضل في تنظير الموضوعات المتعلقة بالبناء الاجتماعي في القرن العشرين والتى كانت مثار جدل آنذاك.

الأشخاص المحددين سلفًا والذي يعمل في مجال أسهم البورصة في بوسطن حيث بدأ ميلجرام بتحديد 297 شخص تم اختيارهم بطريقة عشوائية من السكان المقيمين في أومَها بنبراسكا Omaha Nebrask، ويشيتا بكنساسWichita، حيث إحتوت الرسالة على ملخص صغير بأهداف الدراسة واسم المرسل له وعنوانه، وصورة شخصية له، وبعض المعلومات المتعلقه بالشخص، فأرسل كلٌّ منهم الرسالة (الطرد) إلى وسيط اعُتقد أنه يعرف أكثر منه كيفية الوصول إلى ذلك الشخص، وأنه يستطيع بعدئذ إرسال الرسالة (الطرد) إلى وسيط آخر[11] متبعين مجموعة من التعليمات يجب أن يلتزم بها كل فرد من أفراد العينة وهى [12] :

أولاً : ضع اسمك في الجدول أسفل الرسالة (حيث يتثنى للشخص الذي تلقى الرسالة أن يعرف الشخص الذي أرسل له الرساله).

ثانياً : حرر بطاقة بريديه وأرفقها بالرسالة حيث تمثل البطاقات البريدية عنصر مهم عند تحليل الرسائل ومعرفة من هم الوسطاء النشطاء التى ارتكزت عليهم المصفوفة في بنية الترابط الاجتماعي.

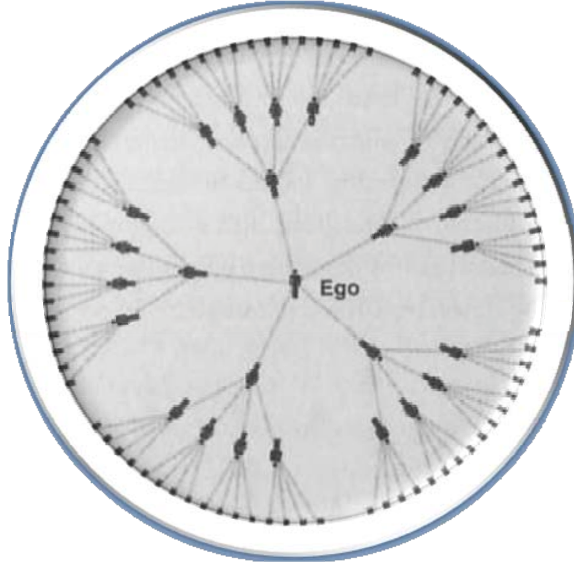
ثالثا : في حالة معرفتك بالشخص المستهدف معرفة شخصية قم بإرسال الرسالة له / لها مباشرة.

رابعاً : في حالة عدم معرفتك بالشخص المستهدف لا تحاول أن ترسل له الرسالة مباشرة معتمداً على المعلومات المتوفرة لديك عن الشخص ولكن عوضاً عن ذلك قم بإرسال الرسالة للشخص الذي تعتقد إنه على صله بالشخص المستهدف.

وأثناء تحليل ستانلى ميلجرام لرسائل عينته توقع إنه إذا زاد عدد الوسطاء إلى مئات الأفراد فإن تجربته سوف تفشل. إلا ان نتائج التجربة

جاءت عكس توقعاته لتشمل ستة وسطاء، وقد نشرت النتائج التي توصل إليها مليجرام مـن خـلال دراسـاته في مجلـة "علـم الـنفس Psychology Today" ، حيـث صـكت نظريـة جديـدة في علـم الاجتماع تعرف بنظرية " الانفصال ذى الدرجات الست the six degree separation " .

ولعل تجربة ميلجرام أيقظت العالم إلى حقيقة مفادها أننا لا نتـصل ببعـضنا الـبعض عـبر مجموعة من الوصـلات Links أو المعـارف acquaintances فقـط ، ولكننـا نعـيش في عـالم يتـسم بالصغر ولعل صـغر العـالم لا يعنـى الـشكل الفيزيقـى لـه ولكـن معنـاه أن الأفـراد في العـالم ككـل يرتبطون بـ (مسارات، روابط، وصلات) صغيرة ومعقدة تربطهم مـع بعـضهم الـبعض عـبر مخطـط بيانى داخل المحيط البيئى. وكما هو واضح من الشكل (8) الذي أشار إليه واتس في كتابه بأن الأفراد الغرباء في المجتمعات المختلفة يفصلهم عن بعضهم البعض أشخاص مشتركين إما مـن ناحيـة الفئـة العمرية، أو طبيعة التخصص، أو الأجناس العرقية، أو الاهتمامات المتشابهة ... إلخ.



شكل (8) نموذج إيجو لدرجات الانفصال الستة في دراسة واتس للاتصال الاجتماعي

فإذا تخيلنا أن هناك شخص يدعى (ن) لديه (100) مائة صديق، وأن كل صديق منهم لديه أيضًا مائة (100) صديق إذا فبإستطاعه (ن) أن يتصل بمائة صديق في الدرجة الأولى من الانفصال، وفي الدرجة الثانية من الانفصال يستطيع (ن) أن يتصل بألف شخص، وفي الدرجة الثالثة سوف يقفز (ن) إلى ما يقرب من مليون شخص، وفي الدرجة الرابعة ما يقرب من مائة مليون شخص، وفي الدرجة الخامسة 9 بلايين من الأشخاص[13].

6/1/1 نظرية قوة الروابط الضعيفة The Strength of Weak Ties

عُرفت هذه النظرية في أدبيات علم الانثربولوجيا وعلم الاجتماع بنظرية قوة الروابط الضعيفة The Strength of Weak Ties Theory وقد شرحها عالم الاجتماع الأمريكى مارك جرانوفيتر Mark Granoveter

في عمله الموسوم بـ " The Strength of the Weak Ties " في عام 1973 على نحو واسع ومشهور. حيث عرَّف " الروابط الضعيفة Weak Ties " بأنها علاقات اجتماعيـة تتـسم بنـدرة الوصـلات بـين الكيانات وغياب الشعور الحميمى بينهم. كما أشار في عمله سالف الـذكر أن " الـروابط الـضعيفة " تلعب دورًا حاسما في العلاقات الاجتماعية حيث تمكن المرء من الوصول إلى أشخاص لايمكن الوصول إليهم عبر الروابط القوية. كما أشار مارك أيضًا أن الروابط الـضعيفة تظهـر بكـثرة خلافًـا لمـا نظـن ؛ فمعظم الباحثين عن فرص عمل أو التنقل من وظيفة إلى أُخرى لا يطرقون بـاب أفـراد عـائلاتهم أو أولئك المقربين من أصدقائهم ما لم يكونوا على دراية كاملة بتدخل مـا يعـرف "بالوسـاطة" أو نظـام المحسوبيات التى تمنح للمعارف أو الأقـارب بغـض النظـر عـن مـؤهلاتهم العلميـة والعمليـة التـى يتطلبها سوق العمل ؛ وإنما يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية بالبحـث عـن أشـخاص لاتـربطهم علاقات قوية بهـم. وهـذا مـا يـسمى "بـشبكات الأفـراد الموسـعة [14]". Extended network كـما أظهرت نتائج الأبحاث أن نشر الأفكار والإبتكارات تزداد عبر تلـك الـروابط. هـذا وقـد يـرى" برنـرد ويجنر Bernd Wegener " أن مـن يحتلـون مناصـب عليـا هـم الأكـثر اسـتفاده مـن الـروابط الضعيفة مقارنة بذوى المناصب الدنيا. ومع نشوء برمجيات التـشبيك الاجتماعـي أو مـا يعـرف بمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أضحى من اليسير على الفـرد إقامـه علاقـات جديـدة بمجرد النقر على روابط الأشخاص ذوى العلاقات الضعيفة ايضاً. وقد وافـق باسـير Bessiere مـا أشار إليـه برنـرد ويجـنر فقـد وجـد باسـير وآخـرون في بحـثهم " Effects of Internet use and social resources on changes in depression" أن العلاقات الجديدة التى تظهـر بـين الأفـراد

في الواقع الافتراضي Cyber Space انما تنشأ من خلال الروابط الضعيفة بين الأشخاص وبعضهم البعض حيث يستخدم الأفراد تلك الروابط في إقامة علاقات جديدة مع أشخاص يتعرفون عليهم لأول مرة ويقضون معهم فترات طويلة على المواقع الاجتماعية مثل الفيسبوك facebook، وماى سبيس myspace ، وتويتر twitter.

7/1/1 رقم دنبار Dunbar's Number :

ذهب عالم الأنثروبولوجيا البريطانى الشهير روبين دنبار Roben Dunbar في دراسته الأكاديمية المتعلقة بتطور الأجناس الرئيسية للثدييات " الرئيسيات " والموسوم بـ " The Co-evolution of neocortical size، Group size and language in humans " والمنشور في عام 2003 أنه يستحيل على الأشخاص إبقاء علاقاتهم الاجتماعية في حالة إستقرار ضمن أكثر من 150 شخصاً في الجماعة الاجتماعية. فالعشائر الاجتماعية أو ما يعرف بالروابط المتماسكة للتوافق الاجتماعي تنحل وتتفكك في الجماعات التى يزيد عدد أعضائها عن 150 عضو، حيث مثل رقم (150) الحجم النمطى للعشائر البشرية والشبكات الحميمية على المستوى العام. وقد عرف ذلك الرقم بعد ذلك باسم " رقم دنبار Dunbar's Number " نسبة إلى ذلك العالم [15].

فإذا طبقنا رقم دنبار على قوائم الأصدقاء المتضمنة في الشبكات الاجتماعية ، فإن أية " قائمة أصدقاء Friends List" تزيد على 150 صديق. فمن الطبيعى الاحتفاظ بشبكة مهنية يزيد عدد أفرادها على 150 في شبكة مثل لينكدإن ، ولكن يبدو أن من المستحيل على أى شخص أن يحتفظ بعلاقات اجتماعية مع أكثر من 150 شخصًا. ومع ذلك فإن كثيراً من لوائح بيانات

الأشخاص على شبكة الفيسبوك توجد عليها قوائم من "الأصدقاء" يزيد عدد أعضائها كثيرًا على هـذا الرقم. ليس هذا فحسب، بل ربما يصل العدد إلى ضعف أو ثلاثة أو أربعة أضعاف هذا العدد حيث تصل إلى الآلاف. وهذا يؤدى للسؤال التـالي: هـل الـشبكات الاجتماعيـة المرتكـزة عـلى المجتمعـات الافتراضية معفية من القوانين الأساسية التى تحكم علم الأنثروبولوجيا الاجتماعية ؟! [16].

مصادر الفصل الاول

1- http://www.webopedia.com/TERM/S/social_network.html .- 2-2-2012

2- Newman، M.E J (2005). The Structure and Function of Complex networks .- [Santa Fe]: Santa Fe Institute. P2.

3- Barnhill (2004)، Bill. The Social Web: Creating an Open Social Network with XDI.Vol7.p2

4- jörneborn، Lennart (2004).- Small-World Link Structures across an Academic Web Space: A Library and Information Science Approach. PhD. Copenhagen: Department of Information Studies، Royal School of Library and Information Science.P33-34.

5- Albert-Lάslό Barabάsi (2002). Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing، P 26.

6- Pool، Ithiel de Sola ، Kochen، Manfred (1978). Contacts and Influence.-Social Networks. Netherlands : Elsevier، P6.

7- Carol M Bast ، Cynthia A. (2009) Brown Guilty by Association: "Small World" Implications for Business Strategies in Post 9/11 America. P3.

8- Hunang، Yongjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks scholarship. Southampton: Yongjian Hunang.P20 . (PhD. Dissertation)

9- Albert-Lάslό Barabάsi. (2002) Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing. P 84.

10- Ibid. P85

11- Travers، Jeffrey، Milgram، Stanley.(1969) An Experimental Study of the Small World Problem.- Sociometry، Vol32 ، No4. P428-429.

12- Albert-Lάslό Barabάsi. Ibid p28

13-Watts، Duncan J.Watts(2003).- Six Degrees : The Science of a Connected Age.- Newyork: w.w. Norton & Company، p38.

14- Granovetter، Mark S.(1973) The Strength of Weak ties .- American Journal of Sociology ، Vol78 ،Issue 6 pp 1373-1374

15- Dunbar، R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size، group size and language in humans. *Behavioral and Brain Sciences* 16 (4) ،pp8-9.

16- Watts، Duncan J.Watts .Ibid .p38

الفصل الثانى

الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية : نشأتها وتطورها

0/2 تمهيد

يهتم هذا الفصل بالتعرف على مواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الشبكة العنكبوتية والمعروفة باسم Online Social Networks Sites (OSNS) من حيث تعريفها، فكرتها، ونشأتها ؛ وذلك من خلال تقسيمها إلى أجيال يعكس كل جيل بدوره التطور الملحوظ لها مبرزًا الشبكات الرائدة التى ساهمت في تطور تقنيات تلك الشبكات مع الإشارة إلى بعض المحاولات العربية.

1/2 تطور تقنيات التواصل بين الأفراد

مر القرنين العشرين والحادى والعشرين بسلسلة متعاقبة من التقنيات التشابكية التى تطورت من فترة إلى أُخرى بهدف الربط بين الأشخاص والمنظمات، كما أن لتلك التقنيات مثل : التليفون، الفاكس، الإنترنت، البريد الإلكتروني، الشبكات اللاسلكية، الرسائل الفورية، وأجيال الويب المختلفة

دورها الفعال في تسريع عملية التواصل والتشابك والتشارك المجتمعى، ومن ناحية أُخرى فإن لتلك التقنيات التشابكية ثراءُ فكرى ومادى ملحوظ. فمع كل تقنية جديدة تظهر قدرات فائقة مصاحبة لها تتمثل في الكم الهائل من المعلومات التى يتم مشاركتها بين الأشخاص بأشكال مختلفة تتمثل في الملفات نصية Text، ملفات الفيديو Videos Files، ملفات الصوت Sound Files، الصور photos ... إلخ وعبر قنوات مختلفة وبسرعات هائلة.

التقنيـــــــــــة	الفتـــــــرة
التليفـــــــــون	عقد الثلاثينيات (1930)
الفاكــــــــس	عقد السبعينيات (1970)
الإنترنـــــــت	عقد الثمانينات(1980)
البريد الإلكتروني	عقد الثمانينات (1980)
الشبكات اللاسلكية (wireless)	عقد التسعينيات (1990)
الرسائل الفوريةInstant message	عقد التسعينيات (1990)
Web1 الجيــل الاول من الويب	عقد التسعينيات (1990)
Web2 الجيل الثانى من الويب	في بداية الالفية من القرن الحالى 2000
Semantic web (Web3) الجيـل الثالـث مـن الويب (الويب الدلالى)	القرن الحادى والعشرين (2009)

جدول رقم (1) يوضح التطور الزمني للتقنيات التى أحدثت انقلاباً في تقنيات التواصل الرقمى

هذا وقد أضحى هذا العصر مسرحًا لتحولات وانقلابات بلغت من الشدة حدًا جعل العلماء يؤكدون على حقيقة هامة وهى أن العالم كله يشهد ثورة صناعية جديدة تعرف بثورة تكنولوجيات المعلومات والاتصال والذي يُعرف في العديد من الثقافات بالإعلام الجديد New Media أو الإعلام الاجتماعي Social Media والتى رافقت ظهور شبكة الويب World Wide WWW (Web) بوجه عام والتقنيات المستحدثة في بيئة الويب بشكل خاص. هذا وقد أثرت تلك التحولات التكنولوجية في وقت قصير على مجتمعات العالم ككل استخداما وإفادة. هذا وتعتبر الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت إحدى نتائج تلك التحولات التى جذبت ملايين من البشر إلى الحد الذي جعل اندماجهم في تلك الشبكات واستخدامهم لها بشكل يومى أمرًا طبيعيًا. ولعل استخدام الملايين من البشر لتلك التقنية هو الدافع وراء ظهور المئات من تلك الشبكات التى تعمل بآليات تقنية تتسم بإتاحتها وسهولة استخدامها حيث لا يتطلب من المرء سوى أن يكون على دراية بأساسيات التصفح على تلك الشبكات[1].

فإذا كانت التكنولوجيا بتطورها الجامح هى الداعمة بشكل أساسى لاحتياجات الأشخاص. فإن الشبكات الاجتماعية هى التقنية التى تُظهر سلوكيات وعلاقات الأفراد، عبر تحالفات يندمج ويتشارك فيها الأشخاص كجزء من حياتهم اليومية[2].

وربما كان اجتياح تلك الشبكات المرتكزة على بيئة الويب 2.0 وانخراطها في الحياة اليومية والنجاح الذي بلغته ؛ هو السبب وراء فتح المجال أمام مختلف الهيئات العلمية إلى استخدام هذه الشبكات في الأغراض التى تخدم بيئة الاتصال العلمى. فعلى سبيل المثال فقد مَنحت المعاهد الوطنية

للصحة في الولايات المتحدة المسماه بـ National Institutes of Health جامعة كورنيل Cornell University 12.2$ مليون دولار لتطوير شبكة فيفـو VIVOwebلتوظيفها كمـستودع اجتماعـي للعلماء المنتمين لها بحيث يستطيع كل باحث الولوج إلى تلك الشبكة والاشتراك فيها وإتاحة إنتاجه الفكرى مجاناً بين أقرانه من العلماء والباحثين. كذلك حضور المؤتمرات والندوات التى تقام عن بعد مما يوطد من عملية الاتصال الرسمى وغير الرسمى بين الباحثين والعلماء وطالبى العلم[3] .

هذا فعلى الرغم من أن الخصائص التقنية (لغـات تطـوير وبرمجـة المواقـع) التـى تعتمـد عليها تلك الشبكات في بنائها متشابهة - إلا أن المسارات الثقافيـة ذات الطـابع التقنـى (التطبيقـات APIs) المرتبطة بجذب الأفراد لتلك الشبكات متنوعة. فهنـاك الكثـير مـن المواقـع العامـة تحولـت إلى شبكات للتواصـل الاجتماعـي لتـتلائم مـع مـا فرضـه التطـور التكنولـوجى والتواصـلى الجديـد، كما أن هناك مواقع تساعد الغربـاء عـلى الاتـصال ببعـضهم معتمـدة عـلى الاهتمامـات المـشتركة، الأنـشطة، الميـول الـسياسية ...إلـخ، وهنـاك شـبكات تجـذب الأشـخاص النـاطقين بلغـة مـشتركة، ومتشابهى الديانة والجنسية. كما تتنوع الـشبكات في هيكلـة بنيتهـا التقنيـة فهنـاك شـبكات تمـزج الوسائل التقنيات المستحدثة مثل دمج خدمات الموبايـل مـع الـشبكة، المـدونات، مـشاركة ملفـات الصور والفيديو[4].

ولعل المفارقة في أن الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنـت مـن حيـث كونهـا ظـاهرة حديثة تعكس مجتمعات شبكية افتراضـية ليـست بالظـاهرة الحديثـة ؛ حيـث تـصور كثـيرون إنهـا ظهرت وكشفت عن خدماتها عام 1997 بظهور شبكة Sixdegree.com الشهيرة التـى أُعتـبرت الأب الروحى لتطـور ونمـو الـشبكات الاجتماعيـة، حيـث تبلـورت فلـسفة تـصميمها في إثبـات وتحقيـق

نظرية عرفت قديماً باسم (الانفصال ذى الدرجات الست) *Six Degrees of Separation* التى افترضت بأن العالم قرية صغيرة نسبيًا(Small world) يستطيع أى فرد في هذا الكوكب أن يتصل بغيره عبر سلسلة من الوسطاء أو المعارف لا تتعدى ستة أشخاص، حيث استطاعت الشبكة أن تعكس النظرية - التى طبقت في المجتمعات الواقعية – في العالم الافتراضي أو المجتمعات الافتراضية.

هذا وقد حظيت تلك النظرية - التى كانت ومازالت مصدرًا لإلهام جميع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت - بالكثير من الدراسات من قبل علماء الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي في أوائل القرن العشرين، والمشتغلين بعلوم الرياضيات والحاسبات في منتصف القرن العشرين. وبعد ظهور ما عرف بالشبكة العنكبوتية وضخامة حجم الوثائق المنشور بها وزخم المعلومات بها ؛ كان لزامًا على العلماء أن يُعيدوا النظر من جديد إلى دراسة النظرية ومعرفة الترابط والاتصال الذي ينشأ في بيئة الويب والموضوعات المرتبطة بتحليل الشبكات العنكبوتية، وتحليل الروابط الفائقة، والروابط المتصلة بنظم الاستشهادات المرجعية الإلكترونية.

2/2 تعريف الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت :

Online Social Networks Definition :

قبل تناول تاريخ الشبكات الاجتماعية على الإنترنت كان لزامًا أن نعرض شيئاً من التعريفات التى صاغها الباحثين والمؤلفين المهتمين بذلك الموضوع، فعلى الرغم من التشابه الملحوظ بين التعريفات في خصائصها ومضمونها، إلا أننا سوف نستعرض أهم التعريفات التى ظهرت في **أدبيات الموضوع :**

1) عَرف معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات المتاح على الخط المباشر والمعروف بـ ODLIS الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت SNS بأنها " تلك الخدمات الإلكترونية المتاحة على الويب والتى صممت بغرض تمكين أعضائها من انشاء حسابات شخصية Accounts لهم سواء كانت تلك الحسابات لأشخاص أومنظمات، وتتم عملية الاتصال بين الأفراد بغرض التواصل، التعاون، مشاركة المحتويات بينهم. هذا وتسمح معظم الشبكات إتاحة خدماتها للأعضاء المشتركين بها فقط، حيث يستطيع الفرد بمجرد التسجيل أن ينشئ قائمة بأصدقائه Friends List أوجماعات Groups ينتمى إليها. ومن أشهر الشبكات التى تمثل تلك الفئة شبكة بيبو Bebo، الفيسبوك Facebook، ماى سبيس Myspace، تويتر Twitter[5].

2) وعرفتها الموسوعة البريطانية " بأنها مواقع مجتمعية تشاركية يتشارك فيها أعضائها في الحياة الاجتماعية والتواصل الاجتماعي لإقامة روابط اجتماعية وثيقة، حيث يتم التفاعل بينهم عبر قنوات اتصال مختلفة تتمثل في الرسائل الفورية، مشاركة المعلومات وبعض وسائل الاتصال الأُخرى ليعبر كل فرد عما بداخله بحرية دون قيود مفروضه عليه[6].

3) وعرفها الإتحاد الأمريكى للتسويق بأنها " تلك الشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب والتى تمهد الطريق للأفراد والجماعات في إنشاء حساب شخصى لهم ومشاركته بين الأعضاء الآخرين، بحيث يقع على عاتق الشبكة إتاحة سبل مختلفة للمستخدمين تمكنهم من التواصل عبر الرسائل الفورية، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، المدونات، مشاركة الملفات، وملفات الفيديو ، جماعات النقاش ... إلخ " [7].

4) وقد أشارت أماني مجاهد نقلاً عن الساحلى أن مصطلح الشبكات الاجتماعية هو " مجموعة من المواقع على شبكة الإنترت ظهرت مع الجيل الثانى للويب وتتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع إفتراضى يجمعهم إهتمام مشترك، كأن يكون إنتماء بلد - جامعة - شركة... وغيرها. ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسائل الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التى يسمحون بإتاحتها للعرض"[8].

5) عرف كلاً من بويد وإيلسونBoyd and Ellison الشبكات الاجتماعية بأنها " تلك الخدمات التى ترتكز على الويب بشكل أساسى حيث تسمح للمستفيدين من تلك الشبكات بإنشاء حساب شخصى لهم، وبناء قائمة بالمستخدمين الآخرين لتلك الشبكات بحيث يمكن المشاركة معهم والاتصال بهم. ويمكن تبادل تلك القائمة بين أقرانهم وبين الأنظمة المختلفة " [9].

6) وقد عرف ليونرد **Leonard** بأنها : " أماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على إنشاء شبكات من أصدقائهم ومعارفهم" [10].

7) كما أشار ليونيل **Lionel** بأنها " تلك المجتمعات على الخط المباشر التى تقوم بدعم الاتصال بين الأفراد عن طريق شبكات من الأصدقاء الموثوق بهم، وتقدم مكاناً لتجمع الأفراد على الخط المباشر وإقامة علاقات جديدة، أوللتعرف على أفراد آخرين في نفس مجال عملهم"[11].

8) وقد اشار راسل **Russell** إلى أن " الشبكات الاجتماعية هى تلك المواقع التى تمكن الأفراد من إنشاء شبكات إتصال بأفراد آخرين، وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتبادلوا الاتصال فيما

بينهم لأسباب شخصية أومهنية سواء كانوا على معرفة ببعضهم أم لا "[12].

9) وقد عرف محمود عبد الستار خليفة الشبكات الاجتماعية بأنها " مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصداقة، والمراسلة، والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الأخرين كالصور والفيديو، والبرمجيات "[13].

وبعد هذا العرض الموجز لتعريف الشبكات الاجتماعية نستخلص أن تلك التعريفات يجمعها عناصر متشابهة وهى :

أولاً : الإرتكاز على شبكة الويب : حيث أن ما يفرق بين الشبكات الاجتماعية التقليدية وبين نظيرتها الإلكترونية أوالتى تتشكل فيما يعرف بالواقع أوالمجتمع الافتراضي أن الأخيرة تعمل في منصة Platform بيئة الويب.

ثانياً : المجتمعية والتشاركية : فالكل يتشارك ويتبادل المعلومات أياً كانت نوعها (إعلامية – ثقافية – تعليمية – علمية – ترفيهية) بأشكال وصيغ مختلفة (ملفات نصية– ملفات فيدو – ملفات صوتية – صور – كتب واوعية معلومات ... إلخ).

ثالثاً : الخدمية : هذه الشبكات ذات طابع خدمى في الأساس لايعتمد معظمها على الربح فاشتراك الأعضاء داخل الشبكة يتم بشكل مجانى، ولجنى الأرباح فهناك طرق أُخرى تسلكها تلك الشبكات إما عن طريق الدعاية

والإعلان للسلع الخاصة بالشركات والمنظمات، أو، من خـلال التطبيقـات APs التـى دخلـت عالم الشبكات بحلول عام 2008 .

رابعاً : التواصل : هذه الشبكات هدفت منذ إنشائها في جعل العالم قرية صغيرة مـستلهمة فكرتهـا من نظرية (الانفصال ذى الدرجات الست) بحيث يستطيع كل فرد منا أن ينـشئ صـداقات مختلفة مع آخـرين دون التقيـد باحـدود الجغرافيـة، أو، الحـدود اللغويـة، أو، التخصـص الموضوعى، أو، السن.

خامساً : دعم عملية التواصل : هذه الشبكات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الـشبكة الاجتماعية، وذلك من خلال مجموعة من الخدمات أبرزها خدمـة الحـساب الشخـصى، إنـشاء قوائم للأصدقاء، كتابة التعليقات، إبـداء الإعجـاب، وسـم الأصـدقاء، إرسـال الرسـائل الخاصـة، المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات إهتمام مشترك، صفحات للأفراد والمؤسـسات، المـشاركة في الفاعليات والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو.

3/2 مواقع المشاركة المجتمعية (1996 – 1995) Community Sites :

يمكن تأريخ ظهور مواقع المـشاركة المجتمعيـة إلى عـام 1995 أى بعـد عـامين مـن ظهور متـصفح الويـب الـشهير موزايـك " Mosaic " حيـث إن بـساطة واجهـة اسـتخدامه، وسهولة تثبيته، واعتمادية نظامه هو ما جعلـه متاحًـا عـلى نطـاق واسـع. كـما يعتـبر ذلـك المتصفح أول متصفح يدعم خاصـية مـزج المحتـوى النـصى بالـصور والرسـومات والوسـائط المتعددة. وبذلك فهو يمثل البدايـة الأولى لظهـور المتـصفحات التـى تـدعم المواقـع المرئيـة، حيث أدى ظهوره إلى نشوء مـا يعـرف بمواقـع المـشاركة المجتمعيـة وعرفـت بـذلك الاسـم

نظراً لأن هدفها هو تكـوين مجتمعـات تخيليـة تحـاكى المجتمعـات الحقيقيـة عـن طريـق تقريـب الأشخاص مع بعضهم البعض بغرض الزواج. ولتلك المواقع دورها مثل (الخطبة) التـى تقـوم بإيجـاد شريك الحياه مرتكزه على التوافق بين الأشخاص من حيث الاهتمامات المشتركة، المستوى الاجتماعي والوظيفي، الفئة العمرية ... إلخ، ولم تكن تهدف في بنائها إلى تكوين تواصل اجتماعي بين الأشخاص وتبادل المعلومات والخبرات. ويمثل موقع ماتشmatch.com الذي ظهر في 21 ابريل 1995 - بعـد عامين من ظهور المتصفح الشهير موزايك - على يـد مـصممه جـيرى كيرمـان (Gary Kremen) أول محاولة يمكن أن ينسب إليها تأريخ جذور مواقع الـشبكات الاجتماعيـة عـلى الإنترنـت الـذي أعتُـبر واحداً من المواقع الرائدة التى تهدف إلى التعارف والتقارب بين الأفراد في مختلف دول العـالم بغيـة الزواج، وسبب جعله رائداً ليس بسبب إتاحته فرص الـزواج بـين أولئـك الأفـراد الـذين لاسـتطيعون إيجاد شريك حياتهم بسهوله فحسب، ولكن لتغطيته 24 دولة على مستوى العالم ناطقة بـ 15 لغـة مختلفة، وتكمن فلسفة استخدامه في إعطاء فرصة لمستخدميه في التعبـير عـن أنفـسهم بـدون أيـه قيود، فبمجرد أن يشترك الفرد بالموقع يمتلك حساب شخصى Profile خاص به يستطيع مـن خلالـه أن يضع صورة شخصية له وأن يسجل اهتماماتـه المختلفـة وهواياتـه ثـم يقـوم الموقـع آليـاً بعمـل مضاهاه بينه وبين الأشخاص المناسبين له[14].

وفي هذا السياق يجب التأكيد على أن موقع ماتش يمثل أول محاولة لما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية إلا أن ذلك الموقع لا يمثـل تلـك الفئـة تمثـيلاً دقيقًـا بـالمعنى المـستخدم في وقتنـا الحـالى ذلـك لأنـه لا يـسمح بالتفاعـل بـين مـستخدميه ومـشاركة المعلومـات بيـنهم مبـاشرة عـلى الموقـع فالاتـصال

والمشاركة المعلوماتية تتم من خلال إرسال رسائل البريد الإلكتروني، ومن المواقع الشهيرة في تلك الفترة موقعى كلاسمتس، ستيودينتstudent.com and classmates.com .

4/2 الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت Social Networks Sites (SNSs):

إن العلاقات الاجتماعية تعد شيئًا حاسمًا وضروريًا في مراحل تطور حياة البشر، فمن الطبيعى أن يشعر الإنسان بخلل ما في حياته عندما لا يستطيع التواصل مع الآخرين، ومع دخول التقنيات الحديثة وتعامل الإنسان مع أجهزة الحاسب الآلى أكثر من تعاملهم مع بعضهم البعض ؛ ونشأت معاناة نفسية وفجوات اجتماعية تمثلت في انغلاق سلوكيات الشعوب وخاصة الذين يتمتعون بطبيعة اجتماعية أكثر من غيرهم، ثم جاءت المجتمعات الافتراضية عامة والشبكات الاجتماعية خاصة لتقريب تلك الفجوة الاجتماعية ولتحقيق غرض التواصل على مستوى تقنية شبكة الإنترنت وإعاده تقريب المجتمعات في نسيج متكامل ؛ عن طريق سد احتياجات الأفراد من خلال بناء العلاقات وإعادة التواصل فيما بينهم خلال مراحل العمر المختلفة[15].

هذا وقد ظهرت الشبكات الاجتماعية لأول مرة عام 1997 ولكن سرعان ما طورت من خصائصها وأصبحت ذائعة الصيت والانتشار بحلول عام 2004 أى قبل انطلاق تطبيقات وتقنيات الجيل الثانى من الويب. إلا أن تلك الشبكات نسبت تقنياتها إلى شبكة الويب 2.0 لارتكازها على نفس الإمكانيات والتطبيقات والبرمجيات المتطورة المتاحة في بيئة الويب 2.0. ومع ظهور ما يعرف بالويب 2.0 فقد رافقه تغير جذرى تمثل في إعادة

تشكيل مستقبل الشبكة العنكبوتية من ناحية هيكلها وتصميمها وخصائصها، وإعادة توجيه سلوك المستفيد النهائىEnd-users في استخدامه لمواقع الإنترنت فأصبح أكثر تفاعلاً وإثراءً للمحتوى وإهتماماً به. أيضاً مع الاستخدام المتزايد لتلك المواقع إلى الحد الذي جذبت ملايين الأشخاص يوميا فقد أطُلق على تلك المواقع متزاحمة الاستخدام - في أوساط المهتمين بشبكة الإنترنت وتقنياتها - مصطلح " التطبيق الكاسح Killer Application(*) " الذي مثل إمتداداً طبيعياً لتطبيقات الويب التى لها القدرة على إنشاء وإدارة علاقات واضحة ومحدده بين مستخدميها[16].

وبشكل عام تقوم تلك الشبكات التى تعتمد على توظيف خدمات وخصائص الشبكات الاجتماعية على حقيقة أن مستخدمى الإنترنت دائمى السعى والبحث عن أصدقاء جدد يدرجونهم في شبكة علاقاتهم الاجتماعية – وفقًا لنظريات علم الاجتماع السالف ذكرها - أو التواصل مع أصدقائهم بقدر المستطاع ؛ لذا من الطبيعى أن يستقبل البعض دعوات للتعارف من قبل آخرين لا يعرفونهم وذلك من خلال تلك المواقع التى تقدم خدمات تدعيم وتكوين شبكات اجتماعية. وتعتمد تلك المواقع بشكل رئيسى على الاستفادة من تفاعلية شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال، فهى تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المترددين عليها من أنحاء العالم، حيث تسمح هذه المواقع لأعضائها بأن يقدموا لمحة عن أنفسهم بالشكل المناسب لهم، ويعبروا عن آرائهم وأفكارهم

(*) ظهر مصطلح Killer application لاول مرة بعد صدور برنامج Lotus1-2-3 بسبب الإقبال المتزايد على شراءه. هذا وقد عرف موقع dicationary.com مصطلح (Killer application) بأنه ذلك المصطلح الذي يطلق على البرنامج أوالتطبيق الذي يواكب تصميمه وظهوره ضجة كبيرة حيث يعتبر مفيدا بين المستخدمين ويكثر استخدامه ، كما يعتبر تطبيق فائق التصميم ومنصة لكل المتنافسين في صناعة البرمجيات وتطوير الويب مثل : البريد الإلكتروني الذي يعتبر تطبيق مهيمن Killer application في عصره.

للآخرين وأن ينضموا لجماعات وشبكات اجتماعية تربطهم بمن يتفقون معهم في اهتمامـاتهم ومـا إلى ذلك[17].

وتركز هذه المواقع على عملية بناء وتدعيم العلاقات الاجتماعية المتبادلة عبر الإنترنت بين جماعات من الأفراد ممن يتشاركون في اهتمامات متشابهة، أو لديهم أنشطة مـشتركة يقومـون بهـا أو ممن يستهويهم استكشاف اهتمامـات آخـرين كـانوا يعرفـونهم مـن قبـل في الواقـع الفعـلى، أو يسعون لتكوين معارف وصداقات جديـدة. لـذلك فهـى تـساعد عـلى تـدعيم وتعزيـز أشـكال مـن العلاقات والروابط الاجتماعيـة الموجـودة بالفعـل إلى جانـب المـساهمة في خلـق روابـط ووصـلات اجتماعية جديدة[18].

لذا فقد انتشرت الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع لما لها من خـصائص تقنيـة فريـدة تميزها عن باقى المواقع المتاحة على الخط المباشر، حيـث يـستطيع أى شـخص الاسـتفادة مـن تلـك الخصائص عن طريق الاشتراك بتلك المواقع وإنشاء ما يعرف بـ(الحساب الشخصى Account) الذي يُمكنه من عـرض قائمـة الأصـدقاء الموصـولين بـه. ويعتـبر الحـساب الشخـصى خاصـية فريـده لكـل مستخدم يستطيع من خلاله " كتابة كلمة أو جملة تعبر عن كينونته، " وبعد الولوج إلى الموقع يتطلب مـن المـستخدم مـلء مجموعـة مـن البيانـات في شـكل سلـسلة مـن الإستفـسارات تـدخل ضـمن إطا ر التسجيل، وبمجرد الانتهاء من الإجابة على هـذه الإستفـسارات يقـوم الموقـع بتبويـب تلـك الإجابـات داخل الحساب الشخصى ومن هذه الاسـئلة : الاسـم، العمـر، النـوع، مكـان المـيلاد، البريـد الإلكـتروني، الاهتمامات ... إلخ. وتشجع معظم المواقع أعضائها في رفع صورهم الشخصية، كما تسمح بعض المواقـع للأعضاء في تحسين حساباتهم الشخصية عن طريق إضـافة وسـائط متعـددة أو تغيـير نمـط أو تـصميم

واجهة حسابهم ليعكس ما بداخلهم مثل الفيسبوك الـذي يـسمح للمـستفيدين بإضـافه نـوع مـن النماذج (تطبيقات) يساعد على إضفاء نوع من التنسيقات والأشكال والألوان الخلابـة عـلى واجهـة الاستخدام[19].

ويعد التنوع الهيكلى في عرض (قوائم الأصدقاء والزوار) وإتاحـة (المحتـوى الـشبكى) يمـثلا إحدى الموضوعات الهامة المتعلقة بمواقع الشبكات الاجتماعية في الآونة الآخيرة نظـرًا لكـثرة انتـشار تلك المواقع وإختلاف اللغات البرمجية المستخدمة في بناء تلك الشبكات ؛ فقد تتنوعت طرق عـرض الحسابات الشخصية إما مـن خـلال ضبط الإعـدادات المثبتـه بـالموقع نفـسه أو مـن خـلال حريـة تصرف الأعضاء أنفسهم. وافتراضيًا فإن الحسابات الشخصية المنشأة عـلى مـوقعى مثـل فرينـدسـتر Friendster، ترايب tribe.net يمكـن أن تعـرض للجميـع سـواء لأولئـك الـذين يمتلكـون حـسابات شخصية أو لا وذلك من خلال استخدام محركات البحث. وعلى عكس ذلك نجد ان موقع لينكيـدإن LinkedIn يتمتع بدرجة كبيرة من التحكم فيما يعرض حيث يوفر للأعضاء خاصـية عـرض وإتاحـة حساباتهم الشخصية من عدمه. أيضاً يسمح موقـع مـاى سـبيس Myspace لـزواره باختيـار عـرض الحساب الشخصى بشكل عام أو أن ينحصر عرضه للأصدقاء فقط. أما بالنسبة لشبكة الفيسبوك Facebook فنجدها تستخدم عدة أساليب تتنوع مـن حريـة إتاحـة الحـسابات الشخـصية إمـا على المستوى العام أو المستوى الشخصى. وبمجرد الاشتراك في إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية، يقوم الأعضاء بترقيـة حـساباتهم الشخـصية داخـل منظومـة الـشبكات الاجتماعيـة عـن طريـق إدراج أولئـك الأفـراد الـذين تـربطهم علاقـات اجتماعيـة بيـنهم. هـذا وتعـرف تلـك الخاصـية بـأكثر مـن اسـم (Friends، Fans،Contacts) فعـلى الـرغم مـن أن مـصطلح (الأصـدقاء

Friends) مضلل ؛ إلا أنه الأكثر استخداماً وانتشاراً في تلك المواقع. كما تتطلب معظم مواقع الشبكات الاجتماعية إتجاه ثنائى لتأكيد الصداقة بين الشخص الذي يرسل طلب الصداقة وبين الآخر الذي يقوم بتأكيدها والموافقه عليها أو رفضها وتجاهلها[20].

وبالحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتى، ينبغى أن نكون على دراية بأن مواقع الشبكات الاجتماعية أو التواصل الاجتماعي تجاوز عددها المئات، لذا يكفينا أن نستعرض المواقع الرئيسية التى أثرت بشكل كبير في ظهور وتطور تلك المواقع.

هذا وقد يمكننا تقسيم مراحل الشبكات الاجتماعية إلى مرحلتين أساسيتين بدءًا من التأسيس العالمى إلى المردود المحلى، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمى، وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلى ويمكن عرض المرحلتين في التالى [21] :

1/4/2 مواقع الشبكات الاجتماعية الأجنبية Social Networks Sites Foreign

أولاً : المرحلة الأولى : الموجه الأولى المتزامنة مع الويب 1 (1997– 2003) :

هى تلك الشبكات التى اعتمدت على الآليات والبرمجيات المتضمنة بالويب 1 والتى لاتعطى مساحة كافية لمستخدميها بالمشاركة والتفاعلية في المحتوى. وكما هو واضح من الشكل (9) - من تصميم المؤلف – الذي يمثل مواقع المرحلة الأولى أن موقع سيكس ديجريز SixDegrees.com، ماى سبيس، فريندستر Friendster ، بلاك بلانت BlackPlanet تعتبر أبرز تلك

النماذج لمثل هذه المرحلة، وإن كانت قد طـورت مـن نفـسها عنـد ظهـور الويـب 2 لتلحـق رَكـب التقنيات الحديثة. ولعل المفارقة هنا أن تلك الـشبكات لم تظهـر في ثـوب الـشبكات الاجتماعيـة في بـادئ الأمـر فعـلى، سـبيل المثـال موقـع ظهـر كيوكيـوQQ كخدمـة للرسـائل الفوريـة، وموقـع لونرستورمLunarstorm أنشئ لتدعيم المشاركة المجتمعية، سى ورد Cyworld كمنتدى عام يخدم المجتمع الكورى، كما ظهرت مواقع مثـل بـلاك بلانـت BlackPlanet، مجنيـتMiGente ، وموقـع آسيا AsianAvenue كمواقع تخدم نطاق جغرافي معين في بدايتها ثم أسرعت في تطـوير خصائـصها وتطبيقاتها لتندمج مـع خـصائص وهياكـل الـشبكات الاجتماعيـة في الفـترة مـن 2005 حتـى 2006 لتظهر كمواقع شبكية[22].



شكل (9) مواقع المرحلة الأولى للشبكات الاجتماعية

ظهر موقـع سيكـس ديجريز للوجود عام 1997 عـلى يـد مـصممه أنـدرو وايندراج Andrew Weinreich الذي يعتـبر النـواة الأولى الحقيقيـة لـما يعـرف بمواقع الشبكات الاجتماعية على الخط المباشر بمفهومنا الحـديث، حيـث سـارع مـستخدمى الإنترنـت حينئـذ في الولـوج إلى الموقـع وبـادروا في التـسجيل فيـه

حتى يصبحوا أعضاءً من خلال تسجيل معلوماتهم الشخصية عبر إدراج (الاسم، البريد الإلكتروني، ومعلومات شخصية أُخرى) ليكون لهم حرية التصفح بداخل الموقع والتمتع بمزاياه والبحث عن الأعضاء المتواجدين بالموقع وإلتماس صداقتهم وتكوين علاقات اجتماعية جديدة أو ما يعرف بشبكة المعارف. هذا وقد طور موقع سيكس ديجريز من نفسه معتمدًا على إتاحة عدة أدوات تساعد الأشخاص في الاتصال بأصدقائهم مباشرة ومن أبرزها آداة التصفح ومتابعة قوائهم الأصدقاء Friends List وهذه الآداة كانت موجودة بالفعل قبل ظهور الموقع من خلال موقعى آى سى كيو، آيه آى آمAIM & ICQ buddy ، كما أتاح الموقع عرض صورة المستخدم الشخصية، فضلاً عن خاصية الرسائل غير المباشرة Offline. وبالرغم من اكتساب الموقع شهرة واسعة إلا أن هناك عدة عوامل كانت وراء انسحابه من الفضاء الشبكى **تمثلت في :**

(أ) القصور الشديد في عمليات البحث داخل الموقع وعدم تقديم نتائج بحث ذات صلة[23].

(ب) قله الموارد المالية للموقع ؛ بسبب عدم قدرة اندرو واينرادج على استثمار الموقع في الأنشطة التى تدُر الأرباح كالدعاية والإعلانات والتسويق الشبكى.

(ج) النقص الشديد في الخدمات والأنشطة مثل التدوين Blogging، مشاركة الصور والأفلام Videos and Photos Share والتى تعتبر جزءًا أساسيًا من خدمات الشبكات الاجتماعية في يومنا هذا [24].

وللأسباب سالفة الذكر لم تستطع الشبكة أن تتكيف وتواكب احتياجات أعضائها. وبمضى أربع سنوات من عمل الموقع الذي بلغ عدد أعضائه ثلاثة

ملايين عضو فقد أعلن الموقع عن مساعيه لغلق أبوابه في عام 2000. حيث جاء فحوى رسالة الإغلاق " نشكر أعضائنا الكرام بجعل موقع sixdegree مكان نابض بالحياة بين أولئك الشعراء، الموسيقيون، الرياضيون، الأمهات، الفنانون، عشاق السينما، المحامون، وكل الفئات الأُخرى ؛ فبكم قد تزايد عدد الموقع من 7 أشخاص إلى ثلاثة ملايين عضو، فمن خلال اشتراكم بهذا الموقع نكون قد استطعنا أن نثبت بأن الشخص يمكن أن يتصل بغيره عبر 6 ستة وسطاء أوأقل من ذلك، فجميعنا نجعل العالم صغير ومحدود، ونتمنى بأن تكون قد قضيت وقتا سعيداً وقابلت أشخاص لطفاء من خلال تعاملك معنا"[25].

وخلاصة القول يتبين لنا أن موقع سيكس ديجريز يعتبر شبكة اجتماعية أعدت بشكل مبسط مفتقرة لخدمات وتطبيقات تفاعلية ؛ ونتيجة لذلك فقد قوبلت بشكاوى من قبل أعضائها تعكس إنزعاجهم لقلة الخدمات والأنشطة المقدمة لهم، ولأن الموقع لم يكن باستطاعته تحسين خدماته لقلة موارده المالية فقد أغلق الموقع في ديسمبر عام 2000.

وفي عام 1998 ظهر موقع كير2 Care2.com على يد مصممه راندى بنتر Randy Paynter الذي أراد رؤية العالم مكاناً لحياة أفضل يتمتع فيه الأشخاص بصحة جيدة بالعودة إلى الطبيعة الخضراء وتجنب ما هو ضار بصحة الإنسان ؛ لذا فقد قرر راندى بنتر أن يترجم أفكاره في صورة شبكة يجتمع فيها الأشخاص من جميع أنحاء العالم ليتبادلوا فيها الآراء والمعلومات التى تهتم بالصحة العامة وإعاده التوازن مرة أخرى للبيئة والمحافظة عليها، وتوعية الإنسان بشكل دائم بالمسئوليات والواجبات التى تقع على عاتقه في المحافظة على البيئة وعناصرها. هذا وقد أتاح الموقع عدة خصائص **لأعضائه تمثلت في :**

أ- إتاحة الحسابات الشخصية للأعضاء والمنظمات ليتسنى لهم المشابكة الاجتماعية مع أقرانهم متى قدر لهم ذلك.

ب- خدمة الإستغاثات الإنسانية Petitions حيث يستطيع كل فرد أن يقوم بملئ ما يسمى " بعريضة الاستغاثات الإنسانية " يعرض بها السلبيات التى انتشرت في مجتمعه وكيفية التخلص منها، وأهم الموضوعات التى تحتاج للمناقشات السريعة.

جـ- التبرع بالنقر Click-to-Donate حيث يستطيع أى شخص أن يقوم بالتبرعات الخيرية مجاناً دون تحمل أية أموال، حيث يتم ذلك بمجرد النقر على الشيئ الذي يحتاج إلى دعم مإلى بحيث تقوم الشركات الراعية للموقع بحساب عدد النقرات التى قام بها الأعضاء على الموضوعات الإنسانية التى تحتاج لدعم إنسانى أومإلى ثم تتكفل بها.

د- بطاقات المعايدة المجانية للأعضاء Free E-Cards .

هـ- مشاركة الصور والملفات النصية بين الأعضاء.

و- إرسال النشرات الإخبارية من المجلات والصحف إلى الأعضاء والتى تهتم بموضوعات مثل البيئة وحقوق الإنسان[26].

هذا وقد إستطاع الموقع الذي يعمل به 50 موظفًا أن يرتقى بعدد أعضائه من 9 مليون عضو في عام 1998 ليصبح عدد المشتركين فيه 15 مليون في غضون عام 2012 على مستوى العالم[27].

وفي نفس العام (1998) ظهر موقعين آخرين هما فوتكى Fotki ، اوبين ديرى Open Diary إلا إنهما لم يحظيا بالقبول والاستخدام من قبل مستخدمى الإنترنت كمواقع للتشابك الاجتماعي. فقد شهد الأول حوالى 1.6

مليون مشترك، أما الثانى إلى جانب أنه يميل إلى مواقع المدونات أكثر منه إلى المشابكة الاجتماعية فقد بلغ عدد أعضائه 5 مليون عضو في ذلك الوقت.

وفي عام 2000 ظهرت شبكة لايف جورنال Livejournal كأول منصة مجتمعية للتدوين المجتمعى المجانى ؛ حيث أتاحت تلك الشبكة لكل مستفيد حساب شخصى يعرض من خلاله آراؤه وأفكاره وإتجاهاته وحياته الاجتماعية التى يمر بها يوميًا. ونظرًا لنجاح تلك الشبكة فقد تنافست مع شبكة بلوج سبوت بلوجرBlogspot blogger، حيث جمعت تلك الشبكة في خصائصها وخدماتها بين المدونات من ناحية والشبكات الاجتماعية من ناحية أُخرى[28].

أما على المستوى الجغرافي فقد ظهرت مواقع تغطى أماكن معينة أو أشخاص ينتمون إلى أجناس عرقية محددة، ولعل موقع بلاك بلانت والذي ظهر في عام 1999 خير مثال على ذلك، فقد نشأ الموقع في الأساس لخدمة مواطنوا أمريكا ذو الأصول الأفريقية، حيث نجح الموقع في استقطاب ملايين من الأعضاء من مختلف الأعمار في أماكن مختلفة[29].

ثم ظهر موقع لونرستورم الذي يعد أكبر بوابة افتراضية مجتمعية متاحة على الإنترنت تجذب الشعب السويدى مع التركيز على فئة الشباب. فقد مثل 80% من المترددين على الموقع فئات بلغت أعمارهم ما بين 12 – 24 عام. [30]هذا وقد وصل عدد أعضاء الموقع النشطين 1.2 مليون عضو في عام 2006 منهم 70 % يتراوح أعمارهم ما بين 16 حتى 24 فضلاً عن 400 الف زائر يوميًا. كما أن 85% من شباب المجتمع السويدى يزور الموقع مرة على الأقل أسبوعياً و29% منهم يوميًا. وبحلول عام 2009 إرتفعت نسبة التغطية لتشمل 85% من السويدين[31].

هذا ويوفر موقع آسيا asianave.com بيئة افتراضية تفاعلية للاتصال مع العرق الأسيوى في جميع أنحاء العالم عن طريق ما يقدمه من خدمات مثل : الدردشة، نشر الصور، ومقاطع الفيديو، ومشاركة الآراء، والبحث عن الأمريكان ذو الاصول الآسيوية الذين يهتمون بالموضه والرياضة، والاحداث، ومتابعة التجارة والاعمال، والاتجاهات السياسية فيعد ذلك الموقع مجتمع افتراضى ضخم يهتم بالصينين، اليابانيين، الكوريين، الفيتناميين، الهنود والعائلات الأمريكية ذو الأصول الاسيوية(32).

وفي أكتوبر عام 2000 ظهر موقع مجنيت MiGente ليخدم أولئك المنتمين إلى أمريكا اللاتينية والناطقين باللغة الانجليزية حيث شهد الموقع إقبال ما يزيد عن 500 ألف مشترك في أول عامين لظهوره ثم تزايدت النسبة لتتخطى 2.5 مليون ونصف زائر بحلول عام 2008. ويهدف الموقع إلى توثيق الصلة بين المنتمين لأمريكا اللاتينية من خلال إنشاء صداقات جديدة بينهم وإتاحة فرص الزواج والتواصل الدائم ؛ أما بالنسبة لخدمات الموقع فيتيح الموقع مشاركة الأغانى والفيديو، والإعلان عن الوظائف، وخدمات الدردشة، ونشر الاهتمامات(33).

وفي عام 2001 ظهر موقع سى ورلدCyworld * على يد فريق عمل من طلبة السنة النهائية بالمعهد الكورى للتقنية والعلوم، حيث انحصرت أهدافهم في إنشاء موقع للتواصل الاجتماعي يهتم بخدمة مجتمعات كوريا الجنوبية. (34) وفي أوائل عام 2001 جذبت تلك الشبكة الأنظار إليها من جانب المجتمع الكورى الجنوبى إلى أن وصل عدد مستخدميها إلى 15 مليون شخص في نوفمبر 2006 ليقفز العدد إلى 21 مليون مشترك في منتصف عام

* في اللغة الكورية يستخدم المقطع "Cy" للاشارة إلى كلمة " العلاقات Relations " لذا فإن مصطلح Cyworld يستخدم للدلالة عن عالم متشابك من العلاقات المتجانسة.

2007 بخلاف زائريها ، ويعد ذلك المؤشر المتزايد في عـدد المـشتركين إنعكـاس لمـدى أهميـة مواقـع الشبكات الاجتماعية كجزء من العلاقات المتشابكة في الفـضاء الكـونى، وتـتم آليـة إشـتراك الأعـضاء داخل الموقع عن طريق إنـشاء صـفحة رئيـسية تـسمى المـسكن الافـتراضي (Minihompy) وهـذا المسكن يحاكى الواقع تمامًا، حيث يستطيع كل شخص أن يجمل مسكنه من خـلال صـنع ديكـورات للشقة، وشراء الآثاث، والأجهزة الكهربائية، وإقتناء بعض التحف الـصغيرة مـستخدماً خدمـة الـدفع الإلكتروني، وزيارة مساكن أصدقائه المتصلين بـه عـلى نفـس الموقـع. وقـد إسـتطاع موقـع سى ورلـد للتواصل الاجتماعي - من خلال خدمة الدفع الإلكتروني – أن يجنى أرباح تقـدر بــ56 مليـون دولار أمريكى في عام 2007 وتمثـل تلـك الأربـاح نـسبة 70% مـن إيراداتـه والبـاقى مـن خـلال الإعلانـات وخدمة الموبايل[35]. هذا وبمراجعة تحليـل موقـع اليكـسا Alexa فقـد تبـين ان مـستخدمى الموقـع يقوموا بتحميل أكثر من 50 ألف فيديو، و5 مليون صورة يومياً.

وفي عام 2001 ظهر موقع ريزى Ryze.com الـذي أنـشئ خصيـصاً للأغـراض المهنيـة مـن خلال مساعدة الأشخاص على الاستفادة من شبكات الأعـمال التجاريـة، حيـث قـرر مـسئول الموقـع تقديم موقع لأصدقائه لكى يتواصلوا مع بعضهم البعض وجعل الأولويـة لمجتمـع سـان فرانسيـسكو للأعمال التجارية والتكنولوجية. حيث أشتمل على رجال الأعمال والمستثمرون إلا ان الموقع لم يحـظ بالانتشار والنجاح المرجو من تصميمه حيث إنتقلت أنظار مـستخدمى مواقـع الإنترنـت إلى مواقـع أخرى ذات صلة بالأعمال التجارية مثـل مـوقعى تريبـى Tribe.net، لينكيـدإن LinkedIn اللـذان ينتميان إلى فئة الشبكات المهنية والتجارية[36].

وفي عام 2002 إنطلق موقع فريندسترFriendster علعى يد مصممه جواناثان أبرامز Jonathan Abrams كنسخة تجريبية ليشكل نقطة تحول هامة في مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وإلهاماً لبعض المواقع الشهيرة مثل ماى سبيس Myspace.com وغيرها. وبسبب ما شهده من نجاح منقطع النظير فقد أصبح نموذج للشبكة الاجتماعية الحديثة. هذا وقد ظهر كشكل من أشكال الاتصال الجماعى حيث صمم ليتنافس في تطبيقاته وخدماته مع موقع Match.com الذي يقوم بمضاهاه ذوى الاهتمامات المشتركة مع بعضهم البعض بغية صنع علاقات عاطفية بغرض الزواج، فضلاً عن مساعدة الأعضاء في التعرف على أصدقاء جدد وإنشاء اتصال فيما بينهم.(37) وقد ارتفعت شعبية موقع فريندستر في عام 2004 لتمكنه من تحقيق ما يقرب من 5 مليون حساب شخصى معظمهم من التيارات الفكرية والمشتغلين بالصحافة. حتى بدأت وسائل الإعلام وخاصة الصحف العامة والمجلات بالتحدث عنه، وقد أدرج ذلك الموقع في الحساب الشخصى للمستخدم 5 عناصر أساسية استخدمت في بناء حسابات الأشخاص داخل مواقع الشبكات الاجتماعية بعد ذلك وهى(38):

1) المعلومات الديموغرافية 2) الاهتمامات وتعريف بشخصية العضو واتجاهاته

3) صورة شخصية 4) قائمة الأصدقاء

5) كتابة كلمة تعبر عن الحالة المزاجية.

وبالرغم من نجاح هذا الموقع وإرتفاع شعبيته إلا أنه واجه عدة مشكلات تقنية واجتماعية ومالية وإدارية ؛ فخوادم موقع فريندستر وقاعدة بياناتها لم تكن مجهزة بالسعة الكافية لتواكب النمو السريع والمرتقب، مما

أصاب مستخدميه بالإحباط. مما نتج عنه عزوفهم عن استخدامه واستبداله بتقنيات البريد الإلكتروني. ولأن النمو العضوى المنظم يعد شيئاً ضروريًا في بناء المجتمعات المتماسكة والمتجانسة فقد أدى التزايد العشوائى الملحوظ للأعضاء الجدد - الذين تعرفوا على الموقع من خلال وسائل الإعلام والصحف والمجلات – إلى انعدام التوازن الاجتماعي داخل الموقع فتضاربت الإتجاهات والميول والآراء المتعلقة بالأعضاء مما أدى إلى حدوث شوشره في الهدف الاجتماعي للموقع الذي أدى إلى إلغاء خدمة الزواج داخل الموقع[39]. أما من الناحية المالية فقد سقط الموقع كفريسة لشركات التمويل الإستثمارية حيث استنفدت الشركة أموالها وأعيد تقييم راسمالها ليصبح3 ملايين دولار فقط، ومن ثم فقد ألحق الموقع بشركة كلينر بيركنزKleiner Perkins Caufield & Byers وهى إحدى الشركات التى ساهمت بتمويل موقع فريندستر من قبل، كما كان لتفتيت مجلس إدارة شركة فريندستر سبباً في سوء إدارة الشركة وانعكس ذلك على موقعها. كل هذه العوامل أدت إلى إنهيار الموقع وعزوف عدد كبير من أعضائها عنه عام 2003، وفي 2011 تم إعادة هيكلة الموقع ليصبح شبكة اجتماعية ذات طابع ترفيهى تركز على الموسيقى والألعاب ونتج عن ذلك إنحسار دورها كشبكة اجتماعية وبقيت الحسابات الشخصية للمستخدمين كما هى، وتم تزويدها بآداة لتصدير بياناتهم كالصور، والرسائل، والتعليقات، والمدونات، والمنتديات والمجموعات.

وقد بلغ عدد اعضاء موقع فريندستر 115 مليون عضو حيث يغطى أكثر من 15 دولة في العالم مثل : استراليا، كندا، الصين، الهند، اندونسيا، اليابان، ماليزيا، الفلبين، سنغافورا، كوريا الجنوبية، تايوان، الإمارات العربية

المتحدة، المملكة البريطانية، والولايات المتحدة الأمريكية. كما تحظى دول جنوب شرق آسيا بنصيب كبير في الاستخدام[40].

وفي نفس العام ظهرت مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مثل موقع فوتولوج Fotolog الذي يعتبر أول موقع للشبكات الاجتماعية يهتم بمشاركة ملفات الصور بين أعضائه، حيث يتيح رفع صور الأعضاء أيًا كان نوعها في شكل مدونة أو مفكرة وتبادلها مع مستخدمى الموقع، كما يتيح الموقع خاصية فريدة وهى إرسال الصور من خلال البريد الإلكتروني وهى خاصية مميزه في حالة ما إذا أراد الشخص أن يلتقط صورة من هاتفه المحمول وإرسالها في التو واللحظة.[41] وشهد نفس العام ظهور شبكة سكاى روك Skyrock والمسماه بـ(SkyBlog سابقاً) التى بدأت كمدونة فرنسية في بادئ الأمر ثم تغيرت بعد ذلك لتصبح شبكة اجتماعية[42].

وفي عام 2003 ظهرت موجة جديدة من المواقع التى مثلت بداية لنمو مرحلة جديدة من الشبكات الاجتماعية. فتأتى شبكة ماى سبيس الشهيرة Myspace على رأس تلك المواقع التى طورت في أغسطس عام 2003 على يد فريق من موظفي شركة إى يونيفرس E-Univers الذين أرادوا بناء شبكة تحاكى شبكة Friendster في خدماتها وخصائصها كنوع من التقليد. وفي يوليو 2005 اشترت شركة نيوز كورب News Corporation. الموقع في صفقه قدرت بـ580 مليون دولار لتتربع بعدها على عرش الشبكات الاجتماعية استخداما وإفاده في الولايات المتحدة الأمريكية. هذا ويبلغ عدد المشتركين في موقع ماى سبيس أكثر من 300 مليون عضو حيث يركز الموقع على تسلية وترفيه أعضائه، فيستطيع كل عضو أن يشارك صديقه

حسابه الشخصى، ملفات الصور ، ملفات الفيديو، والروابط المختلفة ...إلخ[43].

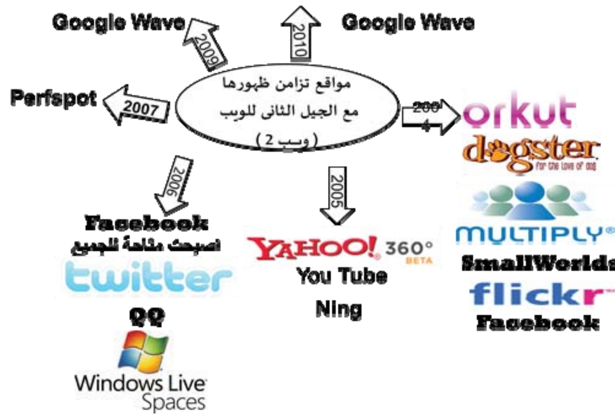
وفي نفس العام ظهر موقع هاى Hi5 الذي صمم بواسطة رامو يلامنش Ramu Yalamanchi حيث أشار موقع كوم سكور ComScore لقياسات الشبكة العنكبوتية في عام 2008 ان ذلك الموقع يحتل الترتيب الثالث على مستوى الشبكات الاجتماعية من حيث مرات الزيارة اليومية، هذا ويدعم ذلك الموقع أكثر من 50 لغة كما يعتبر أكثر المواقع تسلية لأعضائه بالإضافة إلى كونه أكبر منصة لمبرمجى ومطورى تطبيقات الألعاب المتاحة على الإنترنت[44].

كما ظهرت في نفس العام أول شبكة مهنية تهتم بسوق العمل وتدعى لينكدإن LinkedIn التى صممت وطورت على يد ريد هوفمان Reid Hoffman، حيث استهدفت أولئك الذين يبحثون عن الأعمال والوظائف ويتناقشون حولها ، هذا ويتيح الموقع لأعضائه متابعة نصائح وإرشادات المستشارين في كل مهنة من المهن المختلفة، بالإضافة إلى بناء شبكات العمل التى تسمح للأعضاء بتسجيل السير الذاتية الخاصة بهم داخل الموقع كما تتيح لهم وضع روابط لزملائهم وأعمالهم وتوسيع مدى نطاق شبكة العمل التى يقومون بإنشائها لتشمل أولئك المتصلين بشبكة زملائهم. ومن شأن هذه الخدمة أن تساعد المستخدمين في الوصول إلى خبراء يمكن من خلالهم تقديم يد العون في المشاكل التى تواجه أعمالهم، ويلقى هذا الموقع إقبالاً كبيراً حيث بلغ عدد أعضاء الموقع في عام 2009 إلى 55 مليون عضو حيث تغطى الشبكة 150 شركة صناعية ، 200 دولة على مستوى العالم[45].

أيضاً ظهر في نفس العام عدة شبكات ولكن لم تحقق النجاح الكافي في وقتها مثل شبكة لاست إف إم LastFm التى تعتبر أول شبكة تهتم بالمحتوى الصوتى فهى شبكة تتيح الأغانى التى تذاع على الراديو داخل الموقع[46].

ثانياً : المرحلة الثانية : الموجه الثانية المتزامنة مع الويب 2 (2004- حتى الآن) :

على الرغم من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في تسعينيات القرن العشرين إلا أننا نجد الكثير من المهتمين بذلك الأمر عندما يتطرق إلى الحديث عن تلك المواقع فهو ينسبها إلى نتاج تقنيات الويب 2 ؛ ولعل ذلك اللبس قد نشأ عن التطور الجامح الذي شهدته تلك المواقع بظهور تقنيات الويب 2 والتى وضعت تصور جديد للشبكة. ويعد السَبب في ذلك تقسيم المواقع إلى ما يعرف بمواقع ويب 1 ومواقع ويب 2 ارتكازًا على الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيات التى تقدمها تلك المواقع ويوضح المؤلف في شكل (10) – من تصميمه - شبكات المرحلة الثانية. وبظهور تقنيات الويب 2 ظهرت مواقع شبكية جديدة إعتمدت في بنائها على تلك التقنيات، كما أن المواقع التى نشأت في طيات تقنيات الويب 2 لم يكن أمامها سوى أن تعيد هيكلة بنائها لتلحق بركب التطور ضمانًا لبقاء استمرارها بين مستخدميها .هذا وسوف نستعرض في الصفحات التالية أبرز تلك المواقع التى جذبت الأنظار إليها من أنحاء العالم استخدامًا وإفادة.



شكل (10) الشبكات الرئيسية التى تزامن ظهورها مع تقنيات الويب 2

ظهرت شبكة أوركيوت Orkut تحت مظلة شركة جوجل Google التى أسستها عام 2004 لخدمة المجتمع وإعطاء الفرصة للأعضاء للتعبير عن أنفسهم واهتمامتهم ومشاركة تلك الاهتمامات مع الآخرين، وهو ما يعكس نفس أهداف باقى الشبكات الاجتماعية إلى حد كبير في آليات التعامل. ولعل المبادرة التى أطلقتها جوجل بإنشاء شبكة اجتماعية لها وإتاحتها للجميع مجاناً يؤكد أن الشبكات الاجتماعية تعدت مفهوم الظاهرة وأصبحت مواقع تتغلغل في الحياه اليومية[47].

ففي عام 2004 ظهرت لأول مرة شبكة تهتم بعاشقى الحيوانات الأليفه مثل (الكلاب) وهى دوج ستيرdogster حيث أتاحت لأعضائها من محبى (الكلاب) نشر الأخبار التى تعرض في الصحف والمجلات عنهم، ورفع الأفلام، والكتب التى تتحدث عنهم، والصور، والرد على الإستفسارات المتعلقة بتربية الكلاب، والاهتمام بهم فضلاً عن خدمة نشر القصص الطريفة التى حدثت بين الأعضاء وكلابهم[48]. كما ظهرت في نفس العام شبكة تتشابه

في واجهتها وخصائصها وخدماتها مـع تلـك الـشبكة ولكـن تهـتم (بـالقطط) وسـميت كـات سـتير .catster.com

كما يعد موقع ملتيبلى multiply.com شبكة ضخمة للتسويق الاجتماعي عـلى الإنترنـت حيث تشعرك إلى حد مـا بأنـك تـصحب اصـدقائك مـن خـلال حـساباتهم الشخـصية للتـسوق مـن المحلات ومراكز التسوق الضخمة Malls المتضمنة داخل الشبكة، والتى تعرض نماذج مـن منتجاتهـا من خلال الصور وأفلام الفيديو، ثم توضح كيفيـة شراء تلـك المنتجـات والعـروض مـن خـلال طـرق الدفع الإلكترونية[49].

كما ظهرت شبكة العالم الصغير SmallWorlds التـى تـشبه إلى حـد كبـير العـالم التخـيلى Virtual بطريقة ثلاثية الأبعاد والمتاحة على الخط المباشر عبر شبكة الإنترنت والتى تشبه الألعـاب الإلكترونية – فئه لعب الأدوار المحكم متعدد اللاعبـين MMOPRG، حيـث وفـرت لأعـضائها بيئـه تفاعلية من خلال ما يعرف بالمعادل أوAvatar، حيث يستطيع العـضو أن يرسـم شخـصيته ويقـوم باللعب مع الأصدقاء متقمصاً الشكل الذي رسـمه لنفـسه His Avatar ليتجـول ويلعـب ويتـسوق داخل الموقع مع أصدقائه[50].

ثم يأتى بعد ذلك موقع فليكرFlickr على يد ستيورت و كاترينـاStewart and Caterina تحت رعاية شركـة لـودى كـرب a Vancouver-based company،Ludicorp ليـصبح بعـد ذلـك أكبر الشبكات الاجتماعية التى تركز على مشاركة الصور وتتيح لأعضائها وضـع الـصور وتبادلهـا بـين بعضهم البعض، كما يعتمد بشكل رئيسى في بناء محتواه على أعـضائه مـن خـلال رفعهـم لـصورهم الخاصة[51].

ثم ظهر على ساحة الفضاء الإلكتروني موقـع الفيـسبوك Facebook عمـلاق الـشبكات الاجتماعية في عام 2004، حيث ترجـع فكـرة ظهـوره إلى مـارك زوكـربيرغ Mark Zuckerberg الذي أراد ان يقوم بتصميم موقع يخدم مجتمع جامعة هارفـارد الأمريكيـة مـن طلبـة وزمـلاء، بحيث يمكنهم من خلاله تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهـم، ولم تكـن هنـاك ثمـة نيـه في جعلـه موقع تجارى أو موقع ينشر أخبار الجامعة، وإنما هدفه الأساسى في جمع شـمل أصـدقائه. وقـد نجح مارك في نشر موقعه بين أصدقائه بالجامعة وسرعـان مـا انتـشر الموقـع حيـث ذكـر مـارك نفسه أن نصف جامعة هارفارد أصبحوا أعضاء في الموقع بعد شهر من انطلاقـه، واسـتمر موقـع الفيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين حتى قرر " مارك " أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، لذا فقد أتيح الموقع في عام 2005 لجميع فئات المدارس وطلبـة الجامعـات في الولايـات المتحـدة الأمريكيـة. وفي عـام 2006 وسـع الموقـع مـن انتشاره ليشمل جميع فئات المستخدمين دون التقيد بشرط، وقد كانت النتيجة طفـرة في عـدد مستخدمى الموقع ؛ إذ بلغ عدد أعـضائه 12 مليـون مـستخدم خـلال شـهر ديـسمبر 2006، وفي مطلع عام 2007 شهد الموقـع 40 مليـون مـستخدم إلى أن وصـل في بدايـة عـام 2012 إلى 700 مليون مستخدم على مستوى العالم[52].

وفي نفـس العـام ظهـرت مواقـع تجمـع في خصائـصها بـين المـدونات ومواقـع الـشبكات الاجتماعيـة مثـل بيتـشو Piczo.com ، دودجبـلDodgeball.com ، هيفـي Hyves إلا أن شـبكة هيفي تمثـل أكـبر شـبكة اجتماعيـة في هولنـدا لتخـدم النـاطقين باللغـة الالمانيـة عـلى غـرار شـبكة

cyworld التى تخدم الشعب الكورى حيث احتلت تلك الشبكة المرتبة السابعة عشر 17 في هولندا.

وفي عام 2005 ظهر موقع بيبو Bebo كشبكة اجتماعية عرفت بشعبيتها لما تتمتع به من مرونة في الاستخدام وبساطة في التصميم، فتستطيع تلك الشبكة إنشاء التواصل بين الأفراد ببعضهم البعض. هذا وتغطى تلك الشبكة عدة أماكن على مستوى العالم مثل أمريكا وبريطانيا وأيرلندا واستراليا ونيوزلندا وفرنسا وألمانيا وإيطاليا وأسبانيا والهند وهولندا(53).

هذا وقد ظهرت مجموعة من المواقع في نفس العام أهمها موقع ياهو yahoo360 على غرار موقع ماى سبيس وموقع يوتيوب الذي اهتم بمشاركة ملفات الفيديو لأعضائه. هذا وقد توالت مواقع الشبكات الاجتماعية في النمو والظهور حتى الآن لتغطى شتى أنحاء العالم وتجمع الملايين من الأعضاء.

2/4/2 الشبكات الاجتماعية العربية:

ظهر العديد من المحاولات على الصعيد العربي لتصميم وبناء شبكات اجتماعية عربية لأغراض التسلية، الترويح، الدردشة، والزواج، وربما كان أحد أسباب عدم نجاحها الكبير هو الشهرة الواسعة للشبكات الاجنبية التي طغت عليها، وعدم وجود حملات إعلانية للإعلان عنها، ومن تلك الشبكات ما يلي. **ومن تلك المواقع ما يلى:**

اولاً : موقع مكتوب WWW.Maktoob.com:

يعتبر موقع مكتوب من أوائل المواقع العربية الذي ظهر في فضاء الشبكة العنكبوتية حيث تأسس عام 1998 وكان على رأس فريق العمل كل من سميح طوقان وحسام خورى، وفادى غندور واعتمد الموقع على تمويل

عربى، مبتدءاً نشاطه بخدمة البريد الإلكتروني ثم طور مـن أدواتـه وأضـاف التقنيـات المـستحدثة في الويب 2.0 من مدونات وشبكات اجتماعية وخدمة الملخص الوافي للمواقع. هـذا ويـستخدم الموقـع تقنيـة AJAX بالإضـافة إلى لغـات برمجيـة مثـل سى أس أس CSS، جافاسـكربت JavaScript وفي الثلاثاء من 25 أغسطس 2009 أعلنت شركة يـاهوو Yahoo العالميـة إبرامهـا اتفاقيـة لـشراء شركـة مكتوب[54] (Maktoob) هذا ويبلغ عدد زائرين الموقع يومياً أكثر مـن 27 مليـون شـخص كـما أشـار إليه موقعى اليكساhttp://www.alexa.ccom ، وستيتس كروم الخاصين بتصنيف وتحليـل المواقـع على شبكة الإنترنت [55] http://www.statscrop.com .

ثانياً : شبكة إكبس ikbis.com :

ظهر هذا الموقع في نوفمبر عام 2006 من خلال شركة تووت، وهى شركة إعلاميـة مقرهـا في الأدرن ويشبه هذا الموقع في آلياتـه وبنيتـه موقـع يوتويـب الـشهير، حيـث يعمـل عـلى تبـادل، تحميل، ،مشاركة وعرْض مقاطع الفيديو التى يتم تحميلها من قِبـل الأعـضاء أو المـستخدِمين فـضلاً عن إتاحة إنشاء القنوات المختلفة التى تعد من الأقـسام الهامـة في الموقـع إذ تـسمح للمـستفيدين برفع ملفات الفيديو داخلهـا والـتحكم في ترتيبهـا وعرضـها عـلى بقيـه المـستفيدين.[56] كـما يمكـن للمستخدمين تقييم المحتويات سواء صور أو أفلام، فضلا عن تمكينهم من تضمين محتويـات الموقـع إلى مـواقعهم الشخـصية. وهـو بهـذا يقـدم دمـج لخـدمتين معـاً خدمـة فلكـر لمـشاركة الـصور الفوتوغرافية والشخصية، وخدمة يوتيوب لمشاركة مقاطع الفيديو. وقد أتاح الموقع خدمـة تحميـل المقاطع إلى الهواتف المحمولة من الإنترنت مباشرة في أبريل 2007. ولكن حاليا تقتصر الخدمة عـلى هواتف نوكيا فقط[57].

ثالثاً : أصحاب مكتوب www.ashabmaktoob.com :

ظهر موقع أصحاب مكتوب.كوم Maktoob.com في عام 2007 كجزء من موقع مكتوب حيث مثل أول موقع عربي للتواصل الاجتماعي يعمل في بيئة الإنترنت على مستوى العالم. فقد وصلت خدمات الموقع في عام 2009 إلى أكثر من مليون زائر ونصف شهرياً. هذا ويعمل الموقع على تقديم خدمات مثل : البحث عن الأصدقاء، تكوين صداقات، رفع الملفات المرئية والمسموعة، مشاركة الوسائط بين الأصدقاء، إنشاء المجموعات، كتابة التعليقات، تصميم نوافذ خاصة بكل عضو، وإمكانية إنشاء تطبيقات خاصة لكل عضو. كما حصل الموقع على جائزتين هما: أفضل موقع عربي على شبكة الإنترنت ، الجائزة الذهبية لأفضل موقع اجتماعي [58] وقد أتاح موقع أصحاب مكتوب للأعضاء الاشتراك المجانى، حيث يمكنهم تصميم وتخصيص صفحاتهم الخاصة والتى تتضمن نبذه مختصرة عنهم وصورة شخصية لهم. وفي نهايه عام 2010 وقفت شبكة أصحاب مكتوب عن العمل كشبكة اجتماعية[59].

رابعاً: موقع جيران www.jeran.com :

هو موقع عربي أردنى أطلق في نهاية عام 2007 من خلال شركة توت كروب Toot Corp [60] إذ يهدف تحقيق رؤية واحدة وهى جعل شبكة الإنترنت ذات صلة بالعالم العربي، وذلك من خلال تمكين المستفيدين وإعطائهم الأدوات اللازمة لإنشاء محتوى محلى خاص بهم. هذا وقد استمرت شبكة جيران في التطور لتصبح واحدة من أكبر بوابات المحتوى العربي في الشرق الأوسط، وتتويجًا لخدماتها فقد حصلت على ترتيب بين أعلى المواقع في العالم العربي حيث بلغ عدد أعضائها مليون ونصف مستخدم، فضلاً عن

جذب أكثر من 25 مليون صفحة شهرياً ويعمل موقع جيران على جذب الأصدقاء وإتاحة إنشاء المدونات ونشر الصور وتخزين الملفات وإدارة المحتوى العربى والتشارك بين المستفيدين في المقالات والفيديوهات وغيرها. ويتضمن موقع جيران على صفحة أصدقاء جيران التى تعتبر شبكة اجتماعية تجمع الأصدقاء وذوى الاهتمام المشترك، وتتيح كباقى الشبكات تحميل ملفات الصور والفيديوهات وعقد صداقات وحوارات وإررسال البريد الإلكتروني والدردشة الفورية [61] والموقع يشبه كثيراً في نظامه وآلية عمله موقع تويتر فعد حروف إرسال الرسائل أو ما يعرف "التغريدة" 140 حرف كما أن شعار الموقع Logo، وواجهة الاستخدام تشبه إلى حد ما شعار تويتر بالإضافة إلى شكل التصميم، كما يتميز ذلك الموقع بدعمة خاصة إرسال واستقبال التدوينات المصغره عبر الموبايل باستخدام الرسائل القصيرة SMS[62].هذا وقد أغلق الموقع وقرر إيقاف خدماته في عام 2010.

خامساً : شبكة عرب كرنش.نت arabcrunch.net :

تأسست سنة 2008 ثم أطلقت نستختها العربية في 2009 على يد غيث صقر وسرعان ما أصبحت رائدة في قطاع التكنولوجيا التكنولوجيا حيث هدفت إلى ترسيخ روح المبادرة وتكنولوجيا الإبتكار في العالم العربى من خلال تقديمها لمنصة عريضة تربط المشاركين في تكنولوجيا النظام الإيكولوجى، وفي أغسطس عام 2010 أعلنت الخارجية الأمريكية أنها ستمول المنصات الداعمة لشركات التكنولوجيا وهذا الأمر قد أزعج فريق الموقع إذ اعتبروا ذلك تدخلاً صريحاً على إدارة الموقع مما استدعى فريق العمل إلى إغلاق تلك المنصة الاجتماعية. هذا ولم يستطع الحصول على عدد زوار الموقع أو مستخدميه نتيجه لإغلاق الموقع في عام 2010[63].

سادساً : شبكة أضفنى www.adifni.com :

ظهر الموقع لأول مره على شبكة الإنترنت في عام 2008 بواسطة شركة أضفنى، حيث يقدم الموقع خدمة حفظ وتنظيم المفضلات ويقوم المستخدم من خلاله بحفظ المفضلات وعرضها. وتعتبر المملكة العربية السعودية من أكثر الدول استخداماً وإفاده من تلك الشبكة حسب ما أشارته إحصائيات موقع http://www.statscrop.com وبالرجوع إلى شبكة أضفنى على الإنترنت تبين أن ذلك الموقع يخضع الآن إلى التطوير وأن النسخة الإلكترونية المتاحة هى نسخة تجريبية(64).

سابعاً : شبكة ثبّت http://thabbet.com

وهو موقع تابع لمجموعة من الشباب الأكاديميين العرب من مختلف الدول العربية والمتخصصين في عدة مجالات، ويصنف هذا الموقع ضمن المواقع الاجتماعية الإخبارية إذ يعد وسيلة لحفظ الأخبار المفضلة معتمداً على مشاركة الأعضاء والتحكم الكامل بمحتوياته من خلال إضافة الأخبار والتأثير على ترتيبها عن طريق التصويت، ولا يعتبر الموقع قناة للأخبار الأصلية، بل وسيلة للإطلاع على الأخبار السياسية والرياضية والترفيهية وغيرها، من مصادر متعددة عربية وغير عربية، وبما أن الخبر لا يكتمل إلا بمناقشته بين الأعضاء، يوفر الموقع الوسيلة لمناقشة لكل خبر وبناء صداقات بين الأعضاء من نفس الاهتمامات(65).

ثامناً : شبكة قول قال http://thabbet.com

ظهرت هذه الشبكة في عام 2007 لخدمة المجتمع العربى حيث تقدم الأخبار، القصص، الروابط، أفلام الفيديو، والصور التى يقوم الأعضاء

باختيارها وتقديمها. والتصويت عليها دون أى تدخل من إدارة الموقع[66]. هذا ولم يتم الحصول على معلومات أخرى عن الموقع بسبب أغلاقه.

تاسعاً : شبكة مكة http://macca.com

هو أوَّل شبكة اجتماعية تهدف لخِدمة الشباب المسلِم حولَ العالَم، وتعمل على إيجاد أرضية مشتركة للتواصُل وتبادل الأخبار، سواء على المستوى الشخصى أو المهني بيْن مجتمع الشباب المسلِم، ويُعتبَر الموقع نفسه حائطَ صدٍّ ضد الحملات التي تشنُّها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى، مثل: الفيسبوك، ماى سبيس والتي لا تتوافق مع القِيَم الإسلامية[67].

ومن العرض السابق يتضح لنا أنَّ هناك شبكات اجتماعية عربية يستخدمها المستخدِم العربى، ويتفاعل معها، ولكن لا ترْتقى إلى المنافسة العالَمية، أو على الأقل الاقْتراب من المنافسة، فمُعظم هذه الشبكات نِطاقها محلِّي، أو إقليمى على الأكثر، ولا تضع نصب أعينها أى تخطيط للانتشار أو التوسُّع على المستوى العالمى، ومنافسة مواقع الشبكات العالمية، ومِن جِهة أخرى - وعلى المستوى الإقليمى – فإن المستخدمين العرب من الشباب لهم احتياجات يجب أن تدركها وتوفرها تلك المواقع، فاستخدام الشباب العربى لشبكات عالمية - كما ذكرنا - وما تقدِمه تلك الشبكات مِن خدمات وتطبيقات، يجعل مجرد تجربة أو استخدام أى موقع اجتماعي آخَرَ أمرًا صعبًا، إلا إذا توافر عدد من المقومات الفنية، أو الخِدمات والأفكار الإيجابية على المستويين: الاجتماعي والثقافي، والتقنى والخدمى، والتى يمكن مِن خلالها أن يداوم المستخدم العربى على استخدام مواقِع الشبكات العربية.

بالإضافة إلى ذلك فإنَّ عددًا من هذه المواقِع الاجتماعية العربية فقَدتْ سلطة الرقابة على جودة المحتوى المعروض - شكلاً ومضمونًا - فكما

وجدْنا أنه على المستوى العربى يُوجَد عددٌ من مواقع الشبكات الاجتماعية، ولكنَّها فقيرة تقنيًّا وتكنولوجيًّا؛ مما يجعل المستخدِمَ العربى لا يتفاعل معها، ويتوجَّه إلى الشبكات العالمية ذات الجَوْدة والتقنية العالية.

هذا وقد يعود ضعف انتشار الشبكات الاجتماعية العربية إلى عدم وجود حملات إعلانية للإعلان عن هذه الشبكات، أو عدم وجود خدمات تميزها عن غيرها من المواقع، أو حتى عدم ثقة المستخدم العربي بهذه الخدمات وقوتها، ولكن من المؤكد الصفة المشتركة التى تجمع كل الشبكات الاجتماعية العربية هى ضعف مشاركة المستخدم العربى. وما يثير الاهتمام أن أكبر الشبكات الاجتماعية العربية وهو أصحاب مكتوب ، والذي تأسس عام 2007 بلغ عدد أعضاؤه 600 ألف عضو في عام 2009، ولكن بنظرة على إحصاءات موقع الفيس بوك نلاحظ أن في منتصف عام 2009، وقبيل إطلاق اللغة العربية على الفيس بوك بشكل رسمي، بلغ عدد المستخدمين العرب 22.1 مليون مستخدم، وبعد عام ونصف العام من انطلاق اللغة العربية نجد أن العدد أصبح 55 مليون مستخدم بنسبة ارتفاع تبلغ 150%، حسب موقع كومسكور للإحصاءات.

كما أن ضعف تلك المواقع يقع على عاتق المبرمجين حيث تكمن المشكلة في أن المبرمجين يقومون بما يسمى عملية الاستنساخ، حيث يقوم المبرمج بعمل نسخة مشابهة تماما لبعض المواقع العالمية التي أثبتت نجاحها ؛ وذلك لأن هدف المبرمج هو نقل هذا النجاح إلى المنطقة العربية، لكن ما يتغافله المستنسخون أننا نتكلم عن منطقة الشرق الأوسط، والتى لها احتياجاتها الخاصة، وطريقة تفكيرها، ولغتها التي تميزها عن غيرها. وللإنصاف تعتبر اللغة العربية من اللغات التى يصعب التعامل معها من قبل

المبرمجين والمطورين، ولكن كون هذه الشبكات تستهدف المستخدم العربى، فهذا يعني أن اللغة يجب أن تكون في أعلى مستوياتها، ودائما ما نرى المواقع والشبكات الاجتماعية باللغة العربية الفصحى، ولكن بما أن الشبكات الاجتماعية تحاكى فئة الشباب، فقد تكون إحدى الأفكار أن يتم إنشاء الشبكات الاجتماعية بخاصية تعدد اللغات، وإضافة ترجمات خاصة باللهجات العربية المتنوعة، وبذلك تكون قد تميزت بشيء إضافي عن باقى المواقع الاجتماعية العالمية.

من العرض السابق لمواقع الشبكات الاجتماعية العالمية والمواقع ذات الطابع العربى يتضح لنا بعض النقاط التى نلخصها في الآتى :

أ- ظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية وطورت من آلياتها وتطبيقاتها بما يتناغم مع الخدمات المقدمة عبر الأجيال المختلفة للويب فضلاً عن تطورها الملحوظ لمواكبة كل ما يطرأ من التقدم التكنولوجى.

ب- جذبت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ الوهلة الأولى لظهورها عدد ضخم من المستفيدين على شبكة الإنترنت مقارنة بأى موقع آخر لدعمها فكرة أن شبكة الإنترنت آداة فعالة للتواصل الاجتماعي بين البشر.

ج- أخذ العالم الغربى دور الريادة في تصميم مواقع الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم.

د- أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية ظاهرة هامة يشترك بها عدد كبير من مستخدمين شبكة الإنترنت وهو ما يجعلنا ننظر إليها بعين الإعتبار بوصفها مصدرًا من مصادر المعلومات الحيوى وظاهرة تستحق الدراسة والتحليل والتقييم.

هـ- هناك العديد من المواقع العالمية والمحلية العامة التى تحولت إلى شبكات اجتماعية لتخدم جمهور عريض من المستفيدين.

و- أنفردت مجموعة من المواقع الاجتماعية مثل الفيسبوك، تويتر، ماى سبيس بشعبية عالية وجذبت إليها الأنظار منذ ظهورها حتى الآن ؛ بسبب المجانية، كثرة التطبيقات المتضمنة، سهولة الاستخدام ...إلخ.

ز- ظهرت العديد من المحاولات العربية لبناء وتصميم شبكات اجتماعية عربية ولكنها لم ترتقى إلى مستوى الشبكات الاجتماعية العالمية وبالتالى لم تثبت نفسها بالشكل المناسب في التواجد الإلكتروني على شبكة الإنترنت، ولا تزال تحتاج إلى تطوير واهتمام في تصميمها وبرمجتها.

مصادر الفصل الثانى

1- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.(2007). Social network sites : Definition، history، and scholarship .Journal of Computer - Mediated Communication، **Retrieved From :**

http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html،10-1-2010

2- Brock، Vicky. (2007) . An introduction to Online Social Networks : What are they and Way do they Matter to Business ? .- Highland Business Research ، p1.

3- Priem، Jason & Hemminger، Bradley M. Scientometrics 2.0 : toward new metrics of scholarly impact on the social web .- First Monday، Vol. 15، No.7،.- Retrieved From :.

http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2874/2570

4- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.Ibid.

5- http://www.abc-clio.com/ODLIS/searchODLIS.aspx. 11-1-2011

6- http://www.britannica.com/bps/search?query=network11-1-2011

7- American Marketing Association (2008).MySpace، Your Space and Their Space : Connecting with your Customers in online Social Networks. P7.

8- أمانى جمإلى مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 .- الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيل الثانى للويب وتأثيره على قطاع المكتبات والمعلومات (ورقة عمل) ص4.

9- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B. Ibid

10- Leonard، A .(2004). You are who you know . Salon.com Technology. Retrieved From:

http://www.salon.com/tech/feature/2004/06/15/social_soctware_one

11- Mew، Lionel Q. L.(2009).Online Social Networking :a task-person technology fit perspective\ directed by William H. Money.(PhD. Dissertation.) School of Business، George Washington University. 295p.

12- Kay، Russell. (2007). QuickStudy: Online Social Networks .- Computerworld ، Available at:

http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=302652

13- محمود عبد الستار خليفة. (2009). الجيل الثانى من خـدمات الإنترنـت : مـدخل إلى دراسـة الويب 2 والمكتبات. Cybrarians journal. 2 ، ع 18. استرجع من خلال :

http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=382:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31&Itemid=59

14- http://www. Match.com/match/AboutUs.aspx 10-1-2012

15- أمانى جـمال مجاهـد. اسـتخدام الـشبكات الاجتماعيـة في تقـديم خـدمات مكتبيـة متطـورة .- دراسات المعلومات .- ع8 ، مايو 2010م. ص8 استرجع من :

http://www.informationstudies.net/images/pdf/86.pdf

16- Pallis، George.،(et al). (2011) Online Social Networks : Status and trends . New Directions in Web Data Management . Heidelberg : Springer-Verlag Berlin Heidelberg. P213.

17- مهـا عبـد المجيـد (2008). المجتمعـات الافتراضـية عـلى شـبكة الإنترنـت : آليـة للتـشبيك أم للتفتيت الاجتماعي . المجلة الاجتماعية القومية . مج45، ع 3 (سبتمبر 2008). ص 98.

18- نفس المرجع السابق. ص 99.

19- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..Ibid.

20- Ibid

21- وليد رشاد زكى (2010). الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهـم . مجلـة الـسياسة الدوليـة. ع1 ، (ابريل 2010) ص 55.

22- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..Ibid.

23- Ibid

24- Huang، Yogjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks .-university of Southampton: Yogjian.-Phd، p11.

25- Ibid

26- http://www.care2.com/aboutus/

27-http://www.quantcast.com/p-f3U7oBPZrSNpQ?country=GLOBAL

28- http://www.livejournalinc.com/aboutus.php

29- http://www.blackplanet.com/ 17-5-2011

30- Skog، Daniel .(2004)" THEY REALLY WANT YOU TO WRITE DOWN WHO YOU ARE" The Disclosure of Private Information At Lunarstorm.-IADIS International Conference Web Based Communities ،pp1-2

31- Elm، Malin Sveningsson (2009). "Teenagers Get Undressed on the Internet" Young People's Exposure of Bodies in a Swedish Internet Community.- *Nordicom Review* 30 .- p 88

32- http://www.asianave.com/

33- Byrne ، Dara N. (2008)"The Future of (the) "Race": Identity، Discourse، and the Rise of Computer-mediated Public Spheres.".- Learning Race and Ethnicity.-Cambridg;MA:The MIT Pres،p16

34- Park، Minji، Kim،Jihye .How does Cyworld and Personal Networking Communities Effect People's Communication and Relationships? P1.

35- Powell، Guy R.(2001). Roi of Social Media : How to Improve The Return one your Social Marketing Investment. Asia: John Wiley & sons ،2011.

36- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B. (2007). Social network sites : Definition، history، and scholarship. Journal of Computer - Mediated Communication، 13(1)، article 11. Retrived from :
http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html

37- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.Ibid

38- Boyd، danah. (2004) "Friendster and Publicly Articulated Social Networks." *Conference on Human Factors and Computing Systems* (*CHI 2004*). Vienna: ACM، April. P3-4

39- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..ibid

40- http://www.molglobal.net/products-services/media services/friendster/

41- http://www.fotolog.com/

42- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B..ibid

43- Vakali، A. & L.C.Jain (Eds.) (2001):New Directions in Web Data Management .- Heidelberg: Springer- Verlag Berlin، p 222.

44- ibid.p223

45- Vakali، A. & L.C.Jain (Eds.).ibid

46- http://www.last.fm/about

47- http://www.orkut.com/Main#About.aspx

48- http://www.dogster.com/about/#

49- http://multiply.com/info/about

50-http://www.smallworlds.com/login.php?login=true،false

51- http://www.flickr.com/about/

52- هبة محمد خليفـة (2010.) دور الـشبكات الاجتماعيـة في التنميـة المهنيـة لأخـصائى المكتبـات والمعلومات : دراسة مسحية ميدانية لموقـع الفـيس بـوك كنمـوذج للـشبكات الاجتماعيـة .- الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات ، 27-28 يوليو 2010، ص39.

53- http://www.bebo.com/c/about

54- أمانى جمإلى مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئة الويب 2.0 .- الملتقى العـربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات : الجيـل الثـانى للويـب وتـأثيره عـلى قطـاع المكتبـات والمعلومات (ورقة عمل)، ص23.

55- http://www.statscrop.com/www/yahoo.com.

56- http://ikbis.com/help?topic=about_ikbis

57- أمانى جمإلى مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

58- حسين فاروق.(2010). الشبكات الاجتماعية العربية : نظرة تقيمية. الألوكـة الثقافيـة. اسـترجع من :

http://www.alukah.net/culture/0/23781

59- أمانى جمإلى مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

60- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

61- أمانى جمإلى مجاهد.(2010). مرجع سابق، ص23

62- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

63- Fisher، Betsy.(2010). Jordan: The ArabCrunch Controversy Continues. GlobalVoice. Retrived From :
http://globalvoicesonline.org/2010/10/18/jordan-the-arabcrunch-controversy-continues/

64- **www.adifni.com**

65- هند الخليفة.(2007). ست شبكات اجتماعية عربية لترشيح المحتوى ونـشْر الأخبـار. جريـدة الرياض السعودية. ع14294 . استرجع من:
http://www.alriyadh.com/272177

66- نفس المرجع السابق.

67- حسين فاروق.(2010). مرجع سابق.

الفصل الثالث

فئات وخصائص الشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية

0/3 تمهيد

يعالج هذا الفصل بعضًا من فئات مواقع الشبكات الاجتماعية والتقسيمات المختلفة لها بالإضافة إلى الخصائص تلك الشبكات والخدمات التى تقدمها لمستفيديها ومن ثم معماريتها.

1/3 فئات الشبكات الاجتماعية Categories Online Social network:

إن فرط انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية قد خلق أنواعًا عديدة من تلك الشبكات ؛ مما نتج عنه تنوع في أسس تقسيم مواقع الشبكات الاجتماعية في أدبيات الإنتاج الفكرى المتعلق بذلك الموضوع، فتقسم حسب التقنية الفنية التى تبنى عليها، أو، حسب جنسية الأشخاص حيث أن هناك العديد من الشبكات التى تنتمى لأماكن بعينها ولأعراق ولأجناس خاصة، أو، على أساس

الاهتمام الموضوعى لها، أو، على أساس المحتوى الخاص بها، وبصفة عامة يمكننا أن نستعرض التقسيمات المختلفة للشبكات الاجتماعية في الآتى:

أولاً : تقسيم كازينكو وموسيال Kazienko،[1] Musial :

قدم كل من كازاينكو وموسيال إطارًا نظريًا لتصنيف مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من وجهة نظرهما ، حيث أشارا إلى أن تصنيفهما هذا يغطى العلاقات التى تنشأ نتيجة البناء الشبكى للكيانات من جهة و تقنيات الاتصال المختلفة بين الأفراد من جهة أخرى ، على الوجه التالى :

أ- **شبكات مكرسة لخدمة هدف معين :** تهتم تلك الشبكات بخدمة أغراض مجتمعية معينة مثل(شبكات التعارف والزواج ، الشبكات تجارية ، شبكات للصداقة ، شبكات للخريجين ، شبكات للتسلية والترفيه).

ب- **شبكات غير مباشرة Indirect Networks:** وهى تلك الشبكات التى لا تقدم خدمات مشابكة بين أقرانها بصورة مباشرة، وإنما الخدمات التشابكية تعتبر إحدى خدماتها مثل : خدمة التواصل المقدمة من البريد الإلكتروني، برامج الاتصال على الخط المباشر، وأدلة المتصلين على الإنترنت والمعروفة Book Address.

ج- **شبكات الأنشطة المشتركة Common Activities Networks:** تحرص تلك الشبكات على نشر المعرفة بين أفراد المجتمع المدنى وتقليل الفجوة المعرفية بينهم مثل : الشبكات التى تهتم بنشر الأبحاث العلمية المنشورة لخدمة المجتمع، والشبكات التى تنظم المؤتمرات والندوات التى ترعاها المنظمات الدولية.

د- **الـشبكات المحليـة local Networks** : يتمحـور دور هـذه الـشبكات في تلبيـة احتياجـات المجتمعـات المحليـة التـى تـرتبط بنطـاق جغـرافي مـشترك مثـل الـشبكات التـى تخـدم الأشخاص القاطنون في مناطق جغرافية متجـاورة ، وأفـراد العائلـة الواحـدة ، والمـوظفين العاملين بنفس الشركة أو ذات القطاع.

هــ- **شـبكات الـروابط التـشاعبية Hyperlink Networks** : وتعـد تلـك الـشبكات ليـست كنظيراتها من الشبكات سالفة الذكر، حيث ترتبط تلك الـشبكات بـشبكة الـروابط التـى تنشأ بين صفحة المستخدم الرئيسية وبين الصفحات الأُخرى.

ثانياً : تقسيم شركتى كليكس ولينكس Clicks and Links لخدمات تكنولجيا المعلومات[2]:

أوضح التقرير الذي نشرته شركة Clicks and Links لخـدمات تكنولوجيـا المعلومـات أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد تقسم بطرق عدة، إما على أساس الشكل المـادى لهـا أو عـلى أسـاس الفئة الموضوعية التى تخدمها أو من خلال الخدمات المتاحة من خلال الموقع لمستفيديه ...إلخ. هذا ويمكن أن نشير في ذلك **التقسيم إلى الآتى :**

أ- **الشبكات الاجتماعية الشخصية Profile-Based Social Networks :**

تعتبر تلك الفئة الأكثر شهرة وانتشارًا بين مواقع الشبكات الاجتماعيـة المتاحة على الإنترنـت، وقـد سـميت بـذلك الاسـم نظـرًا لأن خدمـة الـصفحة الشخصية Profile هـى الأساس في بنائها، فمـن خـلال تلـك المواقـع يـستطيع العضو إنشاء وتطوير صفحته الافتراضية بالشكل الذي يراه ملائمًـا لـه. وتمثـل

تلك الصفحة تعبيراً عن هويته وتمثيلاً لأرائه وأفكاره التى تدور في خلده بشكل دائم، حيث يستطيع من خلالها المساهمة الفعالة والتواصل الاجتماعي بين أصدقائه بشتى الطرق ككتابة التعليقات النصية ، ومشاركة الروابط الشخصية، وملفات الفيديو، وإتاحة ملفات الصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية بشكل منظم لخلق حياة اجتماعية ناجحة. هذا وقد نجحت المواقع نفسها في مشاركة محتوياتها مع بعضها البعض وخير مثال على ذلك موقع الفيسبوك الذي سمح للمستخدم أن يضع رابطه Link لملف فيديو من موقع اليوتيوب على صفحته الافتراضية داخل موقع الفيسبوك وتسمى هذه الخاصية في تقنيات الويب2 خاصية المزج، ومن أشهر الأمثلة الخاصة بتلك الفئة موقع ماى سبيس، موقع الفيسبوك، وموقع بيبو.

ب- الشبكات الاجتماعية ذات المحتوى Content-Based Social Networks:

يقصد بالمحتوى في هذا السياق الشكل الذي صبت فيه المعلومات المتضمنة بالموقع مثل (الصور – ملفات الفيديو - أوعية المعلومات ... إلخ) ومن أمثلة تلك الفئة موقع فليكر الذي يهتم بمشاركة الصور بين المستخدمين وإمكانية تدوين التعليقات المناسبة لها.

ومن أمثلة تلك الفئات موقع شيلفرى Shelfari الذي يسمح للقراء وعاشقى الكتب بالمشاركة والانخراط مع المجتمع الافتراضي الرقمي، ونشر ناتج ميولهم الأدبى بين الجميع، كما يقوم الموقع بحصر المؤلفين المرموقين الذين يجمعون بين الدقة العلمية والرصانة وجودة الأسلوب، فضلاً عن غزارة الإنتاج والمؤلفون المبتدئون، والناشرون، وعاشقوا الكتب والقراءة، وجمع تلك الفئات في مكان واحد ليسهل عملية التواصل الاجتماعية بينهم وبناء مجتمع يتم

فيه تبادل الآراء والأفكار، كما يهدف الموقع إلى تحسين الخبرات القرائية من خلال قنوات الاتصال المتمثلة في المحادثة الفورية والبريد الإلكتروني، ويمكن أن نستعرض الخدمات التى يوفرها الموقع لأعضائه على النحو التالى[3]:

- بناء معرض للكتب الخاصة بكل عضو وعرضها بالموقع.
- استعراض أكثر الكتب شهرة بين رواد الموقع.
- تقييم أوعية المعلومات التى حظيت بالإقبال من جانب رواد الموقع.

ج- **الشبكات الاجتماعية ذات التسمية البيضاء White-label Social Networks** :

وتعرف أيضاً باسم التفاعل الاجتماعي عبر استخدام تقنية التطبيقات الحرة على الإنترنت حيث تقدم تلك الفئة من الشبكات فرصة للمستخدمين في إنشاء أو الانخراط في مجتمعات افتراضية تعرف بـ mini-MySpace's فمن خلال تلك التطبيقات البرمجية الحرة مفتوحة المصدر عبر الإنترنت يستطيع الفرد أن ينشئ عالمه الافتراضي ويتحكم في الإعدادات الخاصة به، وإضافة الأصدقاء وضبط الإعدادات اللازمة لهم وتحديد الصلاحيات الخاصة بهم وإدارة حسابات الأعضاء، ووضع رتب خاصة بكل منهم. مما يعطى الفرصة لكل فرد أن يتحول من دوره مشاركًا في المجتمع إلى شخص يصنع مجتمع ويتشارك مع أفراده اهتماماته وأنشطته ... إلخ.

د- **البيئات التخيلية متعددة المستخدمين Multi-User Virtual Environments:**

ومن أبرز تلك البيئات بيئة الحياة الثانية Second Life وهو عالم تخيلى Virtual ثلاثى الأبعاد متاح على الخط المباشر عبر شبكة الإنترنت يشبه إلى حد كبير الألعاب الإلكترونية – فئه لعب الأدوار المحكم متعدد

اللاعبين MMOPRG ، يـوفر لقاطنيـه بيئـه إنغماريـة An Immersive Environment يمكـنهم داخلها التفاعل بحرية، وهو بذلك يتجاوز مفهوم اللعب إلى إتاحة الفرصة للأفراد من مختلف أنحاء العالم كي يبنوا نماذج لأشياء ويجروا تطبيقات متعددة كيفما يترائى لهـم، كـما يـستطيعون مـن خـلال معادليهم Avatars ممارسة أنشطة وأعمالاً داخل العالم التخيلى قد تتـصل بـشكل أو بـأخر بالعـالم الواقعي أو تكون قاصرة فقط على التخيل[4].

هـ- الشبكات الاجتماعية المحمولة Mobile Social Networks :

اتجهت معظم الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة بإتاحة خدماتها عبر أجهزة التليفـون المحمولة نظراً لما تتمتع به التكنولوجيا الجوالة من مزايا تساعد على التواصل الآنى بين الأفراد، حيث تسمح لمستخدمى الأجهزة المحمولة بـالولوج إلى حـساباتهم الشخـصية مـن خلالهـا، ولعـل مـوقعى الفيسبوك، بيبو من أكثر المواقع إتاحة لتلك الخدمات.

و- مواقع البحث الاجتماعي Social Search :

أدى انتشار آلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنـت إلى ظهـور مواقـع خاصـة بالبحث داخل الشبكات، فقد سـميت هـذه المواقـع بالبحـث الاجتماعـي حيـث تخـدم الأعـضاء في البحـث عـن أشخاص بعيـنهم داخـل الـشبكات الاجتماعيـة مـن خـلال البحـث داخـل الحـسابات الشخصية في مختلف المواقع، ويمكن للمستفيد البحث باسم شخص ما أو هوياته أوموقعه الجغرافي أو أية معلومات أخرى مسجلة في الحساب الشخصى المراد البحث عنه ومن أمثلة تلك المواقع موقع وينك www.wink.com، وموقع سبوكيو www.spokeo.com.

ز- **المدونات المصغرة / سريعة التحديث - Blogging/Micro Presence Updates:**

يسود بين أوساط مستخدمى الإنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة ظاهرة التدوين المصغر الذي يأخذ شكل الرسائل الصغيرة، حيث يسمح للمستخدمين بنشر تفاصيل حياتهم اليومية على شبكة الإنترنت، و يُمكن هذا النوع من الشبكات المستفيد من الاتصال الدائم بأصدقائه ولا يجعله يعيش بمعزل عن غيره ومن أمثلة تلك المواقع موقع تويتر ، وموقع واين www.wayn.com

ح- **المنتديات المحلية Local Forums :**

على الرغم من التشابه الكبير بين تلك الفئة وبين مواقع الشبكات الاجتماعية في خصائصها وأهدافها إلا أن معظم الكتابات المتعلقة بمواقع الشبكات الاجتماعية لا تدرج تلك الفئة معها، ويرجع ذلك إلى سببين رئيسيين؛ أولهما إختلاف طبيعة تقنيات قنوات الاتصال بينهم، وثانيهما عدم قدرة المنتديات في إظهار العلاقات المباشرة وغير المباشرة الرابطة بين المستفيدين وبعضهم البعض، ومن أمثلة تلك الموقع على سبيل المثال لا الحصر www.eastserve.com, .www.onsnetnuenen.nl

ط- **الشبكات الاجتماعية الفئويه Thematic:**

هذه الشبكات بنيت لتجميع المجالات ذات الاهتمامات المشتركة معًا، فضلاً عن إعطاء الفرصة لأولئك الأشخاص ذوى الاهتمامات المشتركة الانخراط معًا في الحياة الاجتماعية الافتراضية، والأمثلة الخاصة بتلك الفئة كثيرة جدًا، ولكن يعد موقع نيتممس من أبرزها www.netmums.com والذي يهدف إلى انشاء شبكة تربط الأمهات في بريطانيا ببعضهم البعض

لتبادل الآراء من خلالها، والتوصيات والمعلومات الخاصة بمدارس أولادهم، وأهم النصائح الخاصة بحديثى الزواج لجعلهم سعداء وناجحين في تكوين رابطة أسرية في المستقبل، ومن المواقع الرائدة أيضًا موقع ديفجيتواى www.deafgateway.info الذي يعمل كمنصة عريضة لتجميع العاجزين عن الرؤية (المكفوفين) في مكان واحد ليتواصلوا مع بعضهم حتى لا يعيشوا بمعزل عن غيرهم.

ثالثاً : تقسيم فيكى بروك [5]:

أشارت فيكى بروك Vicky Brock في تقريرها أن **مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن ان تقسم إلى فئات هى :**

أ- **مواقع موجهة للترفيه Leisure Oriented Sites :** وهى تلك المواقع التى يستخدمها المستفيدون لأغراض التسلية وبناء التجمعات الشخصية مثل ماى سبيس، الفيسبوك، فريندستر، بيبو، اوركت، ويندوزلايف سبيسWindows Live Space.

ب- **مواقع المشابكة المهنية Professional Networking Sites** وهدف تلك الشبكات توظيفي بحت، حيث تقوم بتشجيع الشباب على العمل عن طريق إتاحة فرص العمل والإعلان عنها مثل لينكدإن LinkedIn .

جـ- **مواقع لمشاركة الوسائط المتعددة Media Sharing Sites:** وتركز تلك المواقع على تبادل المحتويات ذات الأشكال المتعددة (ملفات الفيديو – الصور) مثل فليكر، اليوتيوب.

د- **مواقع التجمع الافتراضي Virtual Meeting Place Sites** : وهو عالم افتراضى يبنى ويتملك من خلال مستخدميه، حيث يستطيع أن يعيش العالم الحقيقى ولكن في شكل افتراضى، حيث يمر بمراحل التعليم

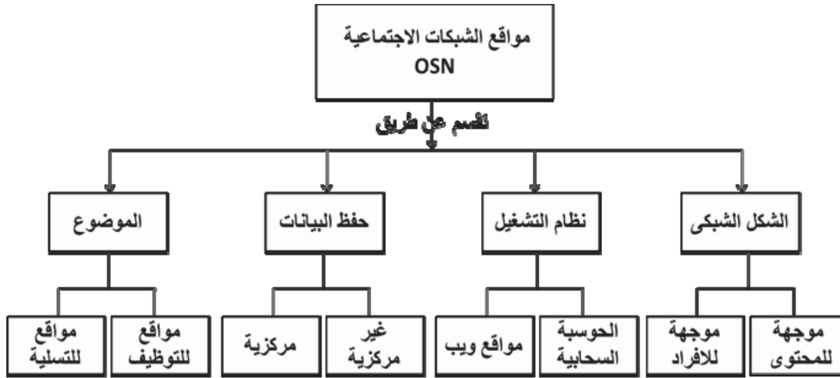
المختلفة ويعمل ويكسب قوت يومه ويتعرف على آخرين ويسافر عبر شاشة الكمبيوتر مثل . Disney.s Toontown، Habbo Hotel، There،Second Life

هـ- مواقع حشد الالعاب المتاحة على الخط المباشر Massively Multiplayer Online Games :

تسمح هذه المواقع للاعبيها بالتفاعل، والمساهمة، والمنافسة بينهم على نطاق واسع مثل . Lineage 2 and Everquest،World of Warcraft

رابعاً : تقسيم جورج باليس George Pallis وآخرون[6]:

ذهب جورج باليس إلى تصنيف الشبكات الاجتماعية إلى عدة قطاعات تعكس وتغطى الجوانب الرئيسية لتلك الشبكات. وكما هو واضح من الشكل (11) فقد قسمها إما من خلال موضوعها، أو طريقة حفظ بياناتها، أونظم تشغيلها، أو الشكل الشبكى لها.



شكل (11) يوضح تقسيم مواقع الشبكات الاجتماعية

أ- **التقسيم الموضوعى للشبكات الاجتماعية وتنقسم إلى :**

- **الشبكات الترفيهية :** معظم مواقع الشبكات الاجتماعية مكرسة للتسلية والترفية، وهذا النوع يساعد مستخدمى الإنترنت على التسجيل في تلك المواقع بغرض التسلية والترفيه والمرح والتفاعل. ومواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر شعبية وانتشارًا تركز على التسلية والترفيه بشكل كبير مثل الفيسبوك وماى سبيس هاى5 وفليكر.

- **شبكات التوظيف :** في هذه الفئة ، تركز المواقع على إنشاء قنوات للاتصال بين المهنيين من أصحاب الشركات والموظفين وأولئك الذين يسعون إلى الإلتحاق بسوق العمل أو التنقل الوظيفي. حيث ينشئ الأعضاء حسابات شخصية تدرج بها ملخص عن عملهم ، خبراتهم ، إنجازاتهم ، ومؤهلاتهم.

ب- **التقسيم على حسب طريقة حفظ البيانات وتنقسم إلى :**

- **شبكات مركزية :** حيث تخزن البيانات داخل مواقع الشبكات الاجتماعية المركزية بشكل متجانس داخل(قطاعات، خوادم) وتحت نطاق إدارى واحد. وتعد هذه الطريقة هى الأكثر شيوعًا في معظم الشبكات الاجتماعية. وبرغم ذلك إلا أن مشاكل ذلك الأسلوب تكمن في صعوبة حماية الخصوصية مع قابلية الموقع للتوسع في ضوء إزدياد حجم تطبيقات الأعضاء.

- **شبكات غير مركزية :** توزع البيانات في الشبكات الاجتماعية غير المركزية عبر عدة نطاقات إدارية من خلال خوادم التطبيقات Application Servers التى تسمح للمستخدمين بتشغيل البرامج الموجودة على الخادم من أجهزتهم دون الحاجة إلى تخزينها أو

تحميلها، ولكنهم يستطيعون تخزين نتائج عملهم فقط على تلك البرامج، ويعمل ذلك النظام من خلال نظم سطح المكتب (نظام الند للند) الممتلكة للافراد.

جـ- التقسيم على حسب نظم التشغيل وتنقسم إلى :

- **الشبكات المرتكزة على بيئة الويب :** وهى تلك الخوادم التطبيقية المستضافة بواسطة مواقع الويب التى تقدم مجموعة من الخدمات والتطبيقات.

- **الشبكات المعتمدة على البيئة السحابية :** وهى تلك المواقع التى تعتمد في بيئاتها على خدمات الحوسبة السحابية *حيث يخزن كل مستفيد بياناته في جهاز واحد افتراضى يسمى الخادم الافتراضي ويتم صنع التطبيقات وإتاحتها عبر ذلك الجهاز.

د- التقسيم على حسب الشكل الشبكى وتنقسم إلى :

- **شبكات موجهة للأفراد :** وتركز تلك الفئة من مواقع الشبكات الاجتماعية على بناء شبكة من العلاقات الاجتماعية ومشاركة المحتوى بين الأعضاء ذو الاهتمامات المشتركة سواء في المجتمعات المتجانسة أو غير المتجانسة مثل الفيسبوك ، ماى سبيس ، ولينكيد ان.

- **الشبكات ذات المحتوى الموجه :** وهذه الشبكات لا تضع في أولوياتها إنشاء علاقات اجتماعية ولكن تهتم في الأساس بالاهتمامات المشتركة، ومن أمثلة تلك الشبكات: المدونات، شبكات الرد على الإستفسارات، وشبكات رفع ملفات الفيديو.

---

* تعرف الحوسبة السحابية بأنها نقل عملية المعالجة من جهاز المستخدم إلى أجهزة خادمة عبر الإنترنت، وحفظ ملفات المستخدم هناك، ليستطيع الوصول إليها من أي مكان وأي جهاز، ولتصبح البرامج مجرد خدمات، وليصبح كومبيوتر المستخدم مجرد واجهة أونافذة رقمية. وغالبا ما تستخدم الأجهزة الخادمة تقنيات الأوساط الافتراضية للسماح لعدة مستخدمين باستخدام الخدمة ذاتها

2/3 خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية :

تتشابه مواقع الشبكات الاجتماعية مع الأشكال المختلفة مـن تقنيـات الإعـلام الاجتماعـي والمجتمعات الافتراضية التى ترتكز على أجهزة الحاسب في عملية الاتصال ، ولكن ما يميز تلـك الفئـة من مواقع الإنترنت اعتمادها على مجموعة من الخصائص في بنائها تسمح للمستفيدين منها بتقديم لمحة عامة أو شبه عامة عن حياتهم في ضوء ما يوفره الموقع مـن بيانـات، وإتاحـة الفرصـة للاتـصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهـة نظـر الأفـراد أو المجموعـات مـن خـلال عمليـة الاتـصال. هـذا وتختلف تلك الخصائص والوظائف الشبكية من موقع لاخـر ولكـن يمكـن ان نـستعرض **اهـم تلـك الخصائص في الآتى :**

أولاً : الحساب الشخصى [7] User Profile:

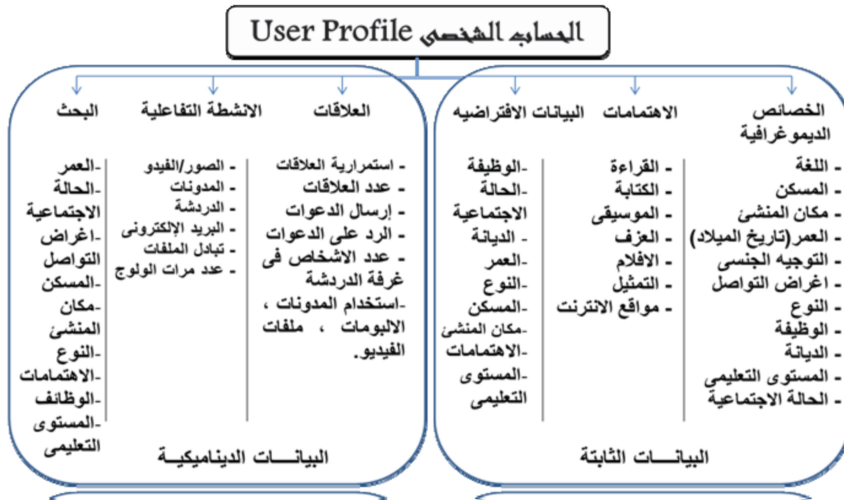
يُعرف الحساب الشخصى بأنه مجموعة السمات والخصائص المتعلقة بكل فرد والتى تميزه عن غيره داخل الفضاء الإلكتروني، حيث يتكون الملف الشخصى كما هو موضح في الشكل (12) **مـن كل من :**

أ- **البيانـات الثابتـة Static Data :** وهـى تلـك البيانـات التـى يـدرجها المـستفيد منـذ الوهلـة الأولى للتـسجيل داخـل الموقـع، والتـى تتمثـل في البيانـات الديموغرافيـة، والاهتمامـات، والبيانـات الافتراضية ؛ حيث لايسمح للقائمين على الموقع التغيير فيها أو تحريرها مرة أخرى.

ب- **البيانات الديناميكيـة Dynamic Data:** وهـى تلـك البيانـات التـى يـتحكم فيهـا الموقـع والتـى يبرزهـا للمستفيد نتيجة المشاركة التفاعليـة بينـه وبـين أقرانـه بـصورة مـستمرة مثـل : العلاقـات، الأنـشطة التفاعلية، والبحث والتى تتمثل في إرسال الدعوات للإصدقاء والرد عليها، ومعدل استخدام المـدونات،

الألبومـات، تبـادل الملفـات، وإنـشاء الـصفحات العامـة والخاصـة ومجموعـات النقـاش...

إلخ.



شكل (12) الإطار الهيكلى للحساب الشخصى – بشكل عام - لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

(**المصدر :** Kazienko ، Przemyslaw ، Musial، katarzyna .Recommendation framework for online social networks)

ثانياً : الأصدقاء أو العلاقات: " وهى خدمة تمكـن العـضو مـن الاتـصال والتواصـل مـع أصـدقائه، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافـتراضي. وتمتـد علاقـة الـشخص لـيس فقـط بأصدقائه، ولكن تتيح الشبكات الاجتماعيـة فرصـة للتعـارف مـع أصـدقاء الأصـدقاء بعـد موافقة الطرفين[8]"

ثالثاً : إرسال الرسائل: حيث تمكن هذه الخاصية للأعضاء من إرسال رسائل إلى الأشـخاص سـواء كـانوا من ضمن قائمة الأصدقاء أو غرباء عنه[9].

رابعاً : ألبومات الصور: توفر مواقع التواصل خاصية إنشاء الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور Tag للإطلاع عليها وإبداء التعليقات، كما يستطيع أى فرد أن يرفع مجموعة من الصور بإمتدادات مختلفة Jpg،Gif، Png، bmp، Tiff[10] .

خامساً : ملفات الفيديو : هذه الخاصية توفر للعضو إمكانية رفع ملفات الفيديو الخاصة به ونشرها داخل الصفحة الشخصية لمشاركتها بين أصدقائه داخل قائمة الأصدقاء، كما تتيح بعض المواقع لأعضائها إمكانية تسجيل لقطات فيديو مباشرة عبر الموبايل وإرسالها كرسالة مرئية إلى الموقع لنشرها[11].

سادساً : المجموعات : تمثل أهم خصائص الشبكات الاجتماعية في الوقت الحاضر لإعتبارها أساس العمل الجماعى داخل الشبكات، حيث تقدم جميع الشبكات الاجتماعية إمكانية إعداد مجموعة إهتمام لهدف معين أو أهداف محددة، وتنقسم المجموعات المتاحة إلى ثلاثة أنواع فهناك مجموعات عامة لا تفرض قيود عند الاشتراك بها، وهناك مجموعات مغلقة قاصرة على أفراد بعينهم ومجموعات سرية لا يعرف عنها شيئ سوى مؤسسيها وأعضائها. هذا وتوفر مواقع الشبكات الاجتماعية لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في المناسبات من خلال ما يعرف باسم الفاعليات Events ودعوة الأعضاء لتلك المناسبات، ومعرفة أعداد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين[12].

سابعاً : الصفحات: " إبتدع هذه الفكرة موقع فيسبوك وتم استخدامها على المستوى التجارى بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع، أوالمنتجات للفئات التى يحددونها. ويقوم موقع الفيسبوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم[13]".

ثامناً : الفاعليات الهامة Events : وهذه الخاصية تتيح للمشتركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جارٍ كـ: المناسبات – أعياد الميلاد – إقامة الاحتفالات – الندوات – المؤتمرات – المعارض ...إلخ، وأخبار الأصدقاء والأعضاء بها[14].

تاسعاً : الإعلانات Ads : نتيجة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من ملايين الأعضاء فقد وفرت مواقع الشبكات الاجتماعية خدمات الإعلان عن أى منتج يود أى عضو الإعلان عنها[15].

عاشراً: خدمة المدونات : أصبحت هذه الخاصية متاحة في الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي وهى إمكانية التدوين من خلال الموقع، حيث توفر للعضو إنشاء ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته فضلاً عن نشر روابط مفيدة في نفس مجاله ولها نفس الاهتمامات المشتركة[16].

حادى عشر : خدمات المحمول : نظراً لما تتمتع به التكنولوجيا الجوالة من مزايا تساعد على التواصل الإيعازى بين الأفراد ؛ ولأن مواقع الشبكات الاجتماعية تهدف إلى الانتشار بين سكان العالم، فكان من أهداف تلك المواقع أن تقدم خدماتها عبر أجهز الموبايل والسماح للمستفيدين بالولوج إلى حسابتهم الشخصية عبر أجهزة الموبايل، والتمتع بمزاياه مع عدم وجود أى فارق بين أجهزه الحاسب وأجهزة

المحمــول ولعــل مــوقعى الفيــسبوك و بيبــو مــن أكــثر المواقــع إتاحــة لتلــك الخدمات[17].

ثانى عشر : نظم التزكية Recommendation System :

اصبحت خدمات التزكية في الأونة الآخيرة جزءاً هاماً مـن مواقـع الإنترنـت عامـة ومواقـع الشبكات الاجتماعيـة خاصـة، ولعـل الـدافع المـادى كـان سـبباً في ظهـور تلـك الخـدمات وانتشارها تأكيدا على مفهوم التجارة الإلكترونية، هذا وتهدف تلك الخدمات إلى مـساعدة الأشخاص في إتخاذ قرارتهم حـول الأشـياء التـى يفـضلون شراؤهـا، والأخبـار الاكـثر قـراءة، والأفلام الأكثر مشاهدة، والكتب الأكثر مبيعاً. وتعتبر تلـك الخـدمات ذات قيمـة هامـة في البيئات التى تتصف بـزخم المعلومـات بهـا، حيـث ترشـد المـستخدم إلى نوعيـة العنـاصر (منتجات أومعلومات) التى يشتد عليها الطلب أكثر من غيرها. لذا تلعب تلـك الخـدمات دوراً هاماً في زيادة عملية البيع داخل الشبكات العنكبوتية[18].

ثالث عشر : الألعاب الجماعية [19] Multi Users Dungeons:

تتيح معظم مواقع الشبكات الاجتماعية لأعضائها مجموعة مـن الألعـاب الجماعيـة يعـبر فيها الفرد عـن ذاتـه مـن خـلال تخيـل نفـسه الشخـصية التـى يريـدها، ويعـبر عنهـا بالرسـوم الكارتونية والوصف النصى المكتوب الذي يعبر بها عن نفسة في قصه اللعبة.

رابع عشر : غرف الدردشة [20] Instant Relay Chating:

هى شكل من أشكال الاتصال المتاحة عبر معظم مواقع الشبكات الاجتماعية والتى يتم مـن خلالهـا الاتـصال بـين شخـصين أو أكـثر مـن خـلال الحـوارات الكتابيــة، وتتــيح غــرف الدردشــة داخــل مواقــع الــشبكات الاجتماعيــة

فرصة التحدث إلى جميع الأصدقاء المتواجدين داخل نطاق شبكة الأصدقاء لكل فرد. هـذا وقـد طورت بعض الـشبكات مـن كفـاءة غـرف الدردشـة الخاصـة بهـا عـن طريـق إتاحـة اسـتخدام ميكروفون يمكن سماع ما يقوله الأعضاء كل مـنهم للآخـر. كـما تتـيح معظـم مواقـع الـشبكات الاجتماعية إمكانية الانتقال بين الأعـضاء والاشـتراك في حـديثهم أو الاسـتماع إلـيهم ودعـوة أى شخص للإنضمام للمحادثة.

3/3 معمارية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت [21] Architecture of OSNs:

تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت مواقع ويب حيث :

اولاً : يرتكز دورها الأساسى على تأسيس أعضائها علاقات تشابكية بين أقرانهم من : الأصدقاء، زمـلاء الدراسة، زملاء العمل ...إلخ، ثم دعمها وتوطيدها مع تحديد قـوائم ذات وصـلات رابطـة تسمح بحرية التصفح فيما بينهم.

ثانياً : تشتمل على عدة تقنيات مبتكرة تخدم الفرد في بناء وتوطيد الشعور المجتمعى لديه بأشكال غير رسمية تتصف بطواعيتها ومرونتها، حيث يظهر شكل التفاعل بـين الأعـضاء وبعـضهم البعض عبر نتاج إسهاماتهم المختلفة في تبادل المعلومات المـشتركة بيـنهم في بيئـة الفـضاء المعلوماتى، ومشاركة الأنشطة التفاعلية المختلفة وتـشمل : تحميـل الـصور، طـرق الوسـم tagging ...إلخ.

ثالثاً : تتصف بإحتوائها لعدة خصائص - تنفرد بها عن بقيـة المواقـع المتاحـة عـلى الخـط المبـاشر – تسمح للفرد بـ :

أ- تحديد ملامح السمات الشخصية له وإتاحتها عبر الموقع.

ب- ادراج الوصلات المختلفة له وتشمل وصلات الأصدقاء ، زملاء الدراسة ... إلخ.

جـ- تلقى التلميحات أو الإخطارات بأحدث الأنشطة التى تتم بين الأعضاء وبعضهم البعض.

د- الانخراط والمشاركة في الجماعات أو الأنشطة المجتمعية.

هـ- التحكم في إعطاء إذن للتعليق، التحكم في كيفية التواصل مع الأشخاص، التحكم في كيفية عمل الوسمات المختلفة، التحكم في التطبيقات المتاحة، وإدارة الأفراد من حيث الإتاحة أو الحظر (الحجب).

هذا ويوضح الشكل (13) المنصة المعمارية لهيكلة مواقع التواصل الاجتماعية وآليات تشغيلها، حيث تشمل على ثلاثة مستويات تتكامل فيما بينها لبناء مواقع ذات منظومة متكاملة وتلك المستويات هى:

المرحلة الأولى : إدخال وتخزين البيانات :

وتتكون هذه المرحلة من عنصرين :

العنصر الأول : مدير ملفات التخزين : وهو المسئول عن كفاءة تخزين المعلومات ذات الصلة بالعلاقات الاجتماعية للأعضاء (المخططات الاجتماعية) ومعالجة المشكلات المرتبطة بالسعة المتزايدة لقواعد البيانات. وعادة ما يتحقق ذلك عن طريق وجود ذاكرة مؤقته ذات سعة تخزينية ضخمة وقاعدة بيانات علاقية.

العنصر الثانى : تخزين البيانات : ويضم عناصر البيانات المخزنة داخل الشبكة. ويمكن أن يضم عدة قواعد بيانات فرعية مثل قاعدة بيانات

الحساب الشخصى، قاعدة بيانات الصور والأفلام ، قاعدة بيانات التطبيقات.

المرحلة الثانية : إدارة المحتوى

تنحصر مسئولية هذه المرحلة في ثلاث مهام رئيسية :

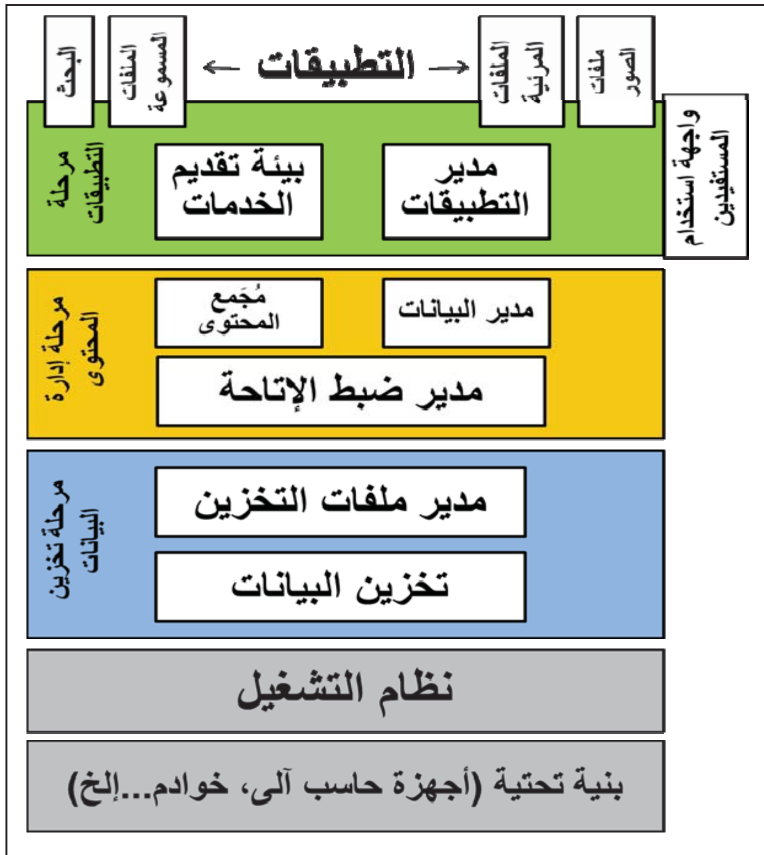
أولاً : تيسير دمج المعلومات الاجتماعية من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى من خلال ما يعرف بجامع المحتوى، والذي يقوم بجمع وتنظيم المحتوى من أدوات الإعلام الاجتماعية فضلاً عن توزيع المحتوى إلى المنصات الأخرى للمواقع ذات الصلة.

ثانياً : توفير الصيانة واسترجاع محتوى المخطط الاجتماعي بواسطة مدير البيانات.

ثالثاً : توفير وضبط ومراقبة صلاحيات الإتاحة المعطاه للأعضاء عن طريق مدير ضبط الإتاحة.

المرحلة الثالثة : مرحلة التطبيقات :

توفر مواقع الشبكات الاجتماعية مجموعة من الخدمات مثل : البحث – الملفات المسموعة - الملفات المرئية – ملفات الصور - الملخص الوافي للمواقع – إتاحة الخدمات عبر الموبايل ... إلخ) التى تقدم من خلال ما يعرف ببيئة تقديم الخدمات. هذا ويتم تقديم التطبيقات للمستفيدين من خلال ما يعرف بمدير التطبيقات الذي يسهل عمليات التفاعل بين المستفيدين.



شكل(13) معمارية الشبكات الاجتماعية

المصدر: A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data Management 1، SCI 331، Heidelberg : Springer-Verlag Berlin ،pp. 216–217.

وخلاصة القول أن المستفيد يستطيع أن يتفاعل مع منصة الشبكات الاجتماعية عبر طلب بروتوكول HTTP Hypertext Transfer Protocol.

وبمجرد الولوج إلى عنوان الشبكة يستطيع التسجيل للاستخدام

كعضو دائم أومؤقت. هذا وتتضمن مواقع الشبكات الاجتماعية خوادم تطبيقية متعددة توفر عدداً من الخدمات أوالتطبيقات APIs حيث تقوم مواقع الشبكات الاجتماعية بإستلام طلبات تسجيل الأعضاء وتخزينها بقاعدة البيانات الخاصة بها وإحالة العضو لخادم التطبيقات المناسب، ثم يأتي بعد ذلك دور مُوَازِن التحميل المسئول عن مراقبة خوادم التطبيقات المتضمنة بالشبكة الاجتماعية، وتحقيق التكافؤ المستمر لسعة الخوادم، وإكتشاف الأخطاء ومعالجتها، ثم إعادة توجيه طلبات الأعضاء إلى الخوادم التطبيقية. هذا وتقوم الخوادم البيانية بتتبع وإدارة علاقات التواصل بين الأعضاء وعرضها في شكل إحصائى يعكس تردد زيارة الموقع، وعادة ما تزكى معظم الشبكات الأعضاء الدائمين بحزمة من الصلاحيات والخدمات عن أولئك المؤقتين مثل: وضع التعليقات، نشر ومشاركة الأخبار، وتحميل الملفات. ويتيح النظام الفرعى المعروف بالضبط والتحكم (أكثر النظم الفرعية أهمية) تحديد إعدادات الخصوصية والأمن لكل عضو داخل الشبكة.

أما من ناحية توزيع ونشر المحتوى على الشبكات الاجتماعية. فتستخدم معظم مواقع التواصل الاجتماعي ما يعرف بخوادم التخزين المؤقتة cache servers والقادرة على زيادة سرعة تطبيقات الويب الديناميكى بتخفيض زمن تحميل خوادم التطبيقات. وعلى وجه التحديد تنطوى مواقع الشبكات الاجتماعية على عدة متطلبات مختلفة مقارنة بتطبيقات الويب التقليدية تتمثل في:

أ- العلاقات والثقة بين الأعضاء المتغيرة باستمرار، إذ يمثلان أهم الإختلافات الجوهرية في منصات الشبكات الاجتماعية، حيث يفرض ذلك السلوك على المصمم تبويب البيانات المرتبطة بالأعضاء

وتوظيفهـــا وربطهـــا بكياناتهـــا ثـــم نـــسخ وتوزيـــع الخوارزميـــات المتعلقـــة بتلـــك البيانات.

ب- إحتوائها على عدد كبير من الملفات صغيرة الحجم التى يحتاج الوصـول إليهـا بـشكل متكـرر وتحديثه باستمرار من قبل عدد هائل من الأعضاء، مما يتطلب وجود خـوادم تعمـل بنظـام التحديث المستمر لمحتويات المواقع المضافة إليها، ولضمان تحسين آداء النظـام تلجـأ معظـم مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة إلى نـشر وتوزيـع محتوياتهـا عـبر نظـام CDNs الـذي يعـرف بشبكات نشر المحتوى Content Distribution Networks مثل Akamai أونظـام الهيكـل السحابى Cloud Infrastructures.

ويتم تخزين البيانات داخل مواقع الشبكات الاجتماعية إما مركزيا أولامركزيـا، مـن خـلال توزيعها عبر نطاقات إدارية متعددة. ولكلا الطريقتين مميزات وعيوب ؛ فالتخزين المركزى وإن كان يتميز بالسهولة ورخص التكلفة إلا أنه عادة ما يثيره مشاكل مـصاحبة لـه تتعلـق بحمايـة الخصوصية وأمن المعلومات من ناحية والقابلية للتوسع المستقبلى من ناحية أخـرى. وللتغلـب على تلك القيود المفروضة يمكن تخزين البيانات لامركزياً عن طريق شبكات النـد بالنـد Peer-to-Peer التى تقوم بعمليات تبادل الملفات والبيانات بين جهازين على شـبكة الإنترنـت حيـث يعتمد على هذه الشبكات بكثرة في برامج مشاركة الملفات وتقاسمها.

مصادر الفصل الثالث

1- Kazienko، Przemyslaw and Katarzyn، Musial . Social Capital in Online Social Networks .- Available at :
http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.6090&rep=rep1&type=pdf 1-4-2011

2- Communities and Local Government(2008). Online Social Networks : Research Report .-London : Crown، p.12 – 14

3- http://www.shelfari.com/Shelfari/AboutUs.aspx

4- عبد اللـه حسين متولى(2009). الحياة الثانية على الإنترنت .- الاتجاهـات الحديثـة في المكتبـات والمعلومات ،ع31 ص55.

5- Brock، Vicky .(2007).An Introduction To Online Social Networks : What are they and why do they matter to business?[Report] . A Business Highlights Report from Highland Business Research، pp 2-3.

6- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data Management 1، SCI 331، Heidelberg : Springer-Verlag Berlin ،pp. 216–217.

7- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) .Recommendation framework for online social networks .- Berlin :Springer-Verlag، p113-114.

8- وليد رشاد زكى (2010). الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم .- مجلة السياسة الدولية. ع1 ، (ابريل 2010) ص 55

9- نفس المرجع السابق . ص 55

10- نفس المرجع السابق . ص 55

11- أماني جـمال مجاهـد (2010). اسـتخدام الـشبكات الاجتماعيـة في تقـديم خـدمات مكتبيـة متطورة .- دراسات المعلومات .- ع8، مايو 2010 ، ص13

12- نفس المرجع السابق ص14

13- أمانى جمال مجاهد (2010). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة .- دراسات المعلومات .- ع8، مايو 2010 ، ص14.

14- نفس المرجع السابق ، ص14

15- نفس المرجع السابق ، ص14

16- نفس المرجع السابق ، ص14

17- نفس المرجع السابق ، ص14

18- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) Recommendation framework for online social networks .- Berlin : Springer-Verlag، p111.

19- علياء سامى عبد الفتاح(2011) الإنترنت والشباب : دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي.- ط2.- القاهرة : دار العلم العربى. ص30.

20- نفس المرجع السابق . ص29

21- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011).Ibid

الفصل الرابع

المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية

0/4 تمهيد

يهتم هذا الفصل بإلقاء الضوء على الشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت من الناحيـة التقييمية موضحًا المعايير المرتبطة بتقييم تلك الفئة من الشبكات، والأساليب المختلفة لتقييمها.

بداية فقد اتجهت أنظار كل من المؤسسات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية والجمعيات الهادفة وغير الهادفة للربح والأفراد في الآونة الآخيرة إلى إنـشاء وتـصميم مواقـع تـشابكية لهـا، إمـا بغرض تكوين شبكات للتواصل الاجتماعي متخصصة في مجال معين لتخـدم أعـضائها ومـستفيديها، وإما شبكات إجتماعية عامة لجميع الفئات دون التقيد بمعايير العمر، الجنس، التخصص الموضوعي في حسبانها.

ويدعم فكرة إنشاء وتصميم الشبكات الاجتماعية - المرتكزة على بيئة الويب أو البيئة السحابية - عدة أسباب، الأمر الذي ساعد على ذيوع انتشارها وشعبيتها وتزايد أعدادها بمعدلات سريعة. ومن أسباب ذلك الانتشار ما يلي:

أولاً : السهولة والمرونة في الاستخدام التي فرضتها تلك الشبكات قد أكسبها شعبية وجعلها ظاهرة فريدة بين أدوات وتقنيات الواقع الافتراضي في السنوات القليلة الماضية، إلى أن أصبحت هذه الشبكات تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الإنترنت، وبرز دور هذه الشبكات الفعال في الظروف الطارئة والأحداث العالمية ؛ فعلى سبيل المثال ارتفع عدد أعضاء شبكة الفيسبوك من 15 مليون إلى 500 مليون عضو في الفترة من 2006 حتى 2010 كما شهدت شبكة ماى سبيس نموًا جدول رقم (1)ملحوظًا في عدد أعضاؤها من 66 مليون لتقفز إلى 122 مليون في الفترة ذاتها.

جدول(1) أكثر الشبكات الإجتماعية استخدامًا حتى عام 2010

الشبكة	عدد المستفيدين	الترتيب على حسب مواقع الإنترنت
الفيسبوك	**500 مليون**	**2**
ماي سبيس	**122 مليون**	**35**

ثانياً : تعد الشبكات الاجتماعية – في الوقت الحاضر - أسرع وسيلة لبث وتبادل المعلومات والبيانات على الشبكة العنكبوتية، فقديمًا لم يكن هناك آية مبادرات تقدم من قبل محركات البحث لتكشيف المحتوى المعلوماتي لتلك الشبكات أو وضع روابط تشاعبية معها، إلا أنه بمجرد انتشار تلك الشبكات وظهور شعبيتها ألتفتت الشركات الضالعة في البحث، مثل:

جوجل Google، ماي ويب MyWeb، ياهوو Yahoo إلى تلك الشبكات، ومن ثم أسرعت لإقامة الاتفاقيات والمبادرات الخاصة بتطوير آليات البحث المستخدمة في تلك الشبكات وتكشيف محتواها سواء كان المحتوى نصيًا أو مرئيًا [1].

ثالثاً : كثافة التطبيقات APIs المتضمنة بالشبكات الاجتماعية والمستخدمة في مجالات علوم الحاسب قد أكسبها أهمية ضمن الموضوعات المرتبطة بتطوير الويب وصناعة تطبيقاته والقضايا المتعلقة بالأمن والخصوصية على الشبكة العنكبوتية، حيث أبرزت الدراسات الحديثة دور الشبكات الاجتماعية كحائط دفاع أول ضد الاعتداءات الموجهة عبر شبكة الإنترنت والمستهدفة لتفتيت الوصلات واختراق حسابات الأشخاص وقرصنتها، ومن أمثلتها ما يُعرف باعتداءات سيبل[2] (*)Sybil attacks.

رابعاً: المعرفة والفهم الواضح لهياكل الكيانات داخل الشبكات الاجتماعية والعمليات التي تتم بها، حيث تمثل فائدة كبيرة لمصممي المواقع، والشبكات، ومحللي البيانات في بيئة الويب، فأصبحت الدراسات المستقبلية تهتم بدراسة بناء خوارزميات Algorithms ودلالات جديدة للشبكات الاجتماعية القادرة على استنتاج الدرجة الفعلية للاهتمامات المشتركة بين شخصين، والتحقق من هوية المستخدم بسهولة عبر

(*) هو إعتداء يستهدف موثوقية وصحة البيانات وإفسادها من خلال تزييف الهوية حيث يمكن لهذا الإعتداء أن يخترق التخزين الموزع للبيانات، وآليات التوجية المستخدمة في الشبكات وتجميع البيانات وتوزيع الموارد وبالتالى فإذا دمجت الهويات المزيفة يمكن للمعتدى أن يظهر في مواقع مختلفة من الشبكة بهويات مختلفة مما يزيد من إحتمالية اختيار عقدة سيبيل كجزء شرعي من مسار التوجيه. وقد تقوم مجموعة من العقد المزيفة إلى إرسال تعزيزات سلبية تطعن في صحة مجموع البيانات التي أرسلتها العقد.هذا وقد توصلت دراسة (Garriss, Kaminsky, Freedman, Karp, Mazieres, & Yu, 2006) إلى إمكانية استخدام الشبكات الاجتماعية للتخفيف من رسائل البريد الإلكتروني المزعجة وتصميم متصفح بأدوات اضافية لديه القدرة على إظهار بيانات الأصدقاء بشكل أفضل.

مجموعة من الكيانات الدالة على الأشخاص الآخرين، فضلاً عن الفهم العام لمواطن القوة ونواحي الضعف ؛ لوقف عمليات التلاعب والقرصنة التي يمكن أن تحدث [3].

<u>خامساً</u> يمكن للشبكات الاجتماعية أن تؤثر على مستقبل مواقع الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت، حيث إنها في الأساس شبكات إجتماعية بين كيانات، ولعل تردد المستفيدين عليها بشكل مكثف وبنطاق عالٍ قد أثر على حركة المرور Traffic المتعلقة بفئات المواقع الأخرى [4].

<u>سادساً :</u> تستطيع الشبكات الاجتماعية أن تدعم هيكلة السلوك الاجتماعي، وبالتالي يستطيع العلماء المنتمين للعلوم الاجتماعية بحث ودراسة أشكال جديدة للسلوك الاجتماعي الناشئ في الفضاء الإلكتروني، وكذلك مقارنة النظريات الحالية لما يتم في الشبكات الاجتماعية المغلقة والشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت [5].

1/4 أبرز المعايير العالمية لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية على العنكبوتية :

بالرغم من عدم وجود اتفاق – حتى الآن – حول معايير مقننة لتقييم مواقع الإنترنت بشكل عام والشبكات الاجتماعية المتاحة على الإنترنت بوجه خاص، إلا أن هُناك إلحاحًا متزايدًا على ضرورة التقييم من قبل المنشغلين في المجالات المختلفة، والتي تمثل قنوات تواصل فعالة بين شعوب العالم أجمع، فمواقع الإنترنت تتسم بالديناميكية أى عدم الاستقرار والثبات، كما أن بعضها يختفي بسبب تجاهل تجديد الاشتراك مع الجهة المضيفة، وهناك مواقع أخرى لايحترم المسئولون عنها حقوق الملكية الفكرية والأمانة العلمية، كل هذه الأسباب تشكل تحديًا للمهتمين بموضوع تقييم مواقع الإنترنت بشكل عام

والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص، وهذه الآليات تحـتم ضرورة إيجـاد آليـات للتمييـز بـين الشبكات الاجتماعية الرصينة وغير الرصينة.

أولاً : تقييم تشايلندنيت الدولية Childnet International :

أعدت منظمة تشايلدنيت الدولية * عبر موقعها ديـزينdiizen.org تقريـرًا بحثيًـا يتـضمن عدة معايير قد صيغت في صـورة قواعـد إرشـادية أو قائمـة مراجعـة Checklist تـبرز عـدة عنـاصر ينبغي على مدير، ومصممي، ومطوري الشبكات الاجتماعيـة الالتـزام بهـا إزاء شروعهـم في تـصميم تلك الفئة وهي كالتالي :

1) **البيانات التعريفية بالشبكة AboutUs** : ينبغي على مطوري الـشبكات الاجتماعيـة إتاحـة صفحة داخل الشبكة تقدم لمحة موجزة عن النشأة التاريخية، وكيفية الاستخدام، والجمهور المستهدف، الخدمات المتاحة، وكيفية التعامل مع التطبيقات المدرجة بالشبكة؛ حيـث تعـد تلك المعلومات ذات أهمية للأعضاء الجدد في معرفة الخدمات التي تقدمها الشبكة، ومدى اشباع تلك الخدمات لاحتياجاتهم [6].

2) **فئات العضوية Membership Types :** يجب على مطـوري تلـك الـشبكات إتاحـة انماطًا مختلفة من الحسابات الشخصية لأعضائها من حسابات مجانية وأخرى مدفوعـة، فـإذا أراد أحد الأعضاء مساحة تخزينية عاليـة وخـدمات أخـرى تمكنـه مـن وضـع الدعايـة والإعـلان للأغراض المختلفة، سواء كانت تجارية أم ثقافية، فعليه أن يقوم بشراء حساب بمقابل مادي يتوافر لديه تلك الصلاحيات الإضافية [7].

---

* منظمة دولية تولى اهتماماً بتقديم المعلومات وتبادلها بين المعلمين والاباء والمهنيين والاطفال وتشجيعهم عـلى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في التعليم الإلكتروني.

3) **القيـود العمريـة Age Restrictions :** ينبغـي عـلى مـدير تلـك الـشبكات تحديـد الفئـة العمرية للمستخدمين وإدراجها في سياسة الاستخدام الخاصـة بالـشبكة، إذ إن معظـم تلـك الشبكات –وليست كلها– تشترط في سياسة الاسـتخدام الخاصـة بهـا ألا يقـل عمـر الأعـضاء المستفيدين من خدماتها عن 13 عامًا، إلا أن هناك شبكات أخرى، مثل: ماي سبيس تشترط أن يبلغ سن العضو 14 عامًا، في حين أن شبكة فليكر لا تـضع قيـودًا عمريـة، هـذا وتـسمح شبكة نينغ بالاستخدام العام لجميع الفئات العمرية دون التقيـد بـشرط، إلا أنـه لا يـسمح للأعضاء الذين لم يتجاوزوا سن الـ13 عام بإقامة ما يعـرف بخـدمات المجتمعـات العامـة أو الخاصة ؛ لذا ينبغي على الشبكات الاجتماعية أن تضع في سياسة استخدامها القيود العمرية من أعضائها [8].

4) **خصوصية الملف الشخصى وتحرير الإعـدادات المرتبطـة بالعـضو Profile Privacy and Moderation Settings :** يعـد الملـف الشخـصي للأعـضاء أكـثر العنـاصر مـشاهدة في الشبكات الاجتماعية، فهو بمثابة العمود الفقري في معظم خدمات الـشبكات الاجتماعيـة ؛ نظرًا لكونه الوسيلة الأساسية الفعالة لتعبير الأعضاء عن ذاتهم عبر الويـب، حيـث يـشتمل على عددًا من الأنشطة الهامة التي تتم بداخله، مثل: كتابة التعليقات، ومشاركة المحتـوى، وعرضها للأعضاء، وهناك بعض الشبكات التي تتوسع في حقـول الملـف الشخـصي للأعـضاء بإعطاء تفاصيل الاتـصال الخاصـة بهـم، مثـل: (عنـوان الـسكن – البريـد الإلكـتروني - رقـم التليفون)، والتفاصيل المتعلقة باهتماماتهم وإنشطتهم. لذا يجب أن يراعي القائم بعمليـة التصميم النقاط التالية [9]:

- أن يتوافر مستوى أمثل للخصوصية لأعضاء الشبكة.
- أن يستطيع المستفيد تطبيق ضوابط الخصوصية ليقرر من لهم الحق في الاطلاع على البيانات المتاحة داخل حسابه الشخصي.
- أن توفر الشبكة الاحتفاظ بالبيانات الخاصة للأعضاء إذا ما أرادوا ذلك وحجبها عن باقي الأعضاء.
- السماح للعضو باستخدام الأسماء المستعارة عند الولوج للشبكة.
- السماح للعضو بتجميد الملف الشخصي أو حذف البيانات المتعلقة به بشكل مرن.
- أن يتوافر للعضو إمكانية تكوين الصداقات بشرط الحصول على موافقة مسبقة من الشخص الآخر.
- إمكانية ضبط وتحكم ما يعرف بلوحة الحائط * Wall داخل الملف الشخصي.
- التحكم في الرسائل الخاصة وإدارتها.

5) **حزمة الأدوات المجتمعية Members Toolkit** : ينبغي على المطورين عند تحديث الشبكة إتاحة الأدوات التشابكية والتفاعلية التى تمكن المستفيدين من إنشاء الجماعات Groups والمنتديات Fourms، غرف الحوار Chat Rooms.... إلخ[10].

6) **رفع الملفات File Upload** : ينبغي على مطوري الشبكات الاجتماعية عند تقديمهم لتلك الأداه وضع الاعتبارات التالية :

- أنواع الملفات التي يمكن للشبكة استيعابها بحيث يتم توفير أكبر قدر من صيغ الملفات تستوعبها الشبكة.

---

* هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي للعضو بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا العضو.

- الحد الأدنى للملفات القابلة للرفع.
- حجم الملفات التي يتم رفعها.
- الآليات اللازمة لعرض المحتوى.
- طرق مشاركة المحتوى بين الأعضاء.

7) **الجماعات Groups :** يجب على مطوري تلك الشبكات تقديم مجموعة من المساحات والأدوات التعاونية يطلق عليها الجماعات لأعضائها ولمستفيديها من غير الأعضاء، وتنقسم خدمة الجماعات إلى:

أ-**إعدادات الجماعة Group Settings :** حيث يجب أن يراعي مطوري الويب حال ضبط إعدادات الجماعة ما يتعلق بمدى توافر القدرة لدى الأعضاء في جعل الجماعة خاصة أو عامة أو مغلقة على أعضاء بعينهم، وما إذا كان من الممكن أن يتم التحكم فيمن ينضموا إليها.

ب- **أدوات الجماعة Group Tools :** حيث يجب أن يراعى مطورى الويب حال ضبط أدوات الجماعة ما يتعلق بخيارات الضوابط والقيود التى يمكن فرضها على الجماعات.

8) **خدمة الموبايل Mobile Service** ينبغي على المطورين إتاحة تلك الخدمة بما يتناسب مع أنظمة التشغيل المختلفة للهواتف الذكية، مع مراعاة التكاليف التي يمكن أن يتحملها العضو.

9) **البحث Search :** ينبغي على مطوري تلك الشبكات توفير خدمات البحث عن الأعضاء وماهية المعلومات المتوافرة لدى كل عضو، وآليات البحث عن الأعضاء الآخرين عن طريق محركات البحث العنكبوتية.

10) **التـصميم والتخـصيص Design and Customization :** ينبغـي عـلى مـصممي تلـك الشبكات إتاحة قوالب تصميم جاهزة Templates يستطيع أن يستخدمها الأعـضاء لتغيـير شكل ولون الحساب الشخصي الخاص بهم.

11) **الإعلانات Adverts :** يجب على مصممي تلك الشبكات وضع اللوحـات الإعلانيـة في مكـان واحد وثابت بالشبكة لايتغير، بحيث تظهر بشكل تناوبي حسب الترتيب الذي أختاره واضـع الإعلان، ففي الآونـة الأخـيرة نـرى أن الـشبكات الاجتماعيـة تـضع مجموعـة مـن اللوحـات الإعلانية، غالبًا ما تكون تلك اللوحات لشبكات أخرى، الهدف منها الدعاية والإعـلان، سـواء بمقابل مـادي، أو مـن أجـل التبـادل الإعـلاني فقـط، ونظـرًا لكـثرة الطلـب عـلى مثـل هـذه اللوحات، قد يلجأ صاحب الشبكة لوضع هذه الإعلانات بأماكن مختلفة، مما قد يـؤدي إلى تشويه شكل الشبكة، فضلاً عن ما يمكن أن تسببه تلك الإعلانات من إزعاج وشوشره للزائـر، خصوصًا إذا كانت موضوعة بشكل عشوائي غير متناسق

12) **الأمن والإتاحة Security and Access :**

أ- **ملكيــة المحتــوى Content Ownership :** أصـبح تقاسـم الأفكـار والمعلومـات والمفـاهيم عـبر الـشبكات الاجتماعيـة، أمـرًا واقعًـا ومفروضًـا في عـالم التواصـل الاجتماعي؛ وبالرغم من ذلك فإننا في هذه العمليـة – تقاسـم البيانـات – قـد نقـدم ضمنيًا بيانات ومعلومات عن اهتماماتنا، أو أماكن تواجدنا والوظـائف التـي نـشغلها بـشكل مفـصل عـما كـان يحـدث في المـاضى، فعنـدما يكـون المحتـوى الـذي ينـشره

أعضاء الشبكات الاجتماعية ملكًا لأطراف أخرين يقومون بتوزيعه عبر الإنترنت، فقد يواجه هؤلاء الأعضاء صعوبات جمة في حذف البيانات الخاصة بهم أو تغييرها، وعلى الرغم من أن كثيراً من مقدمي خدمات الشبكات الاجتماعية يحرصون على ملكية الأعضاء للمحتوى الذي ينشر بواسطتهم عبر الإنترنت، فإن مفهوم ملكية البيانات قد يكون محل نزاع؛ حيث تحتفظ معظم الشبكات الإجتماعية لنفسها بحق تعديل المحتوى أو نشره أو توزيعه حسبما يترائى لها، وعادة - وليس على الإطلاق – ما تنشر الشبكات الاجتماعية تفاصيل سياساتها الخاصة بمِلكِية البيانات، وتوزيعها، واستخدامها، وحذفها وتغييرها، والمتعلقة بالخصوصية ضمن الاتفاقيات المنشورة على الشبكة تحت بند "شروط الاستخدام"، أو، "شروط الخدمة " ،أو، " الشروط والأحكام ". هذا وتختلف شروط الاتفاقيات التي تبرمها الشبكات لأعضائها اختلافاً جذريًا، فعلى سبيل المثال : تمنح شبكة ماي سبيس الشهيرة لأعضائها رخصة حق التحرير والتعديل والحذف في البيانات وعرضها على الشبكة، إلا أنه لايسمح ببيع تلك البيانات. والقليل من هذه الشبكات يذكر صراحة أن حقوق المِلكِية الخاصة بالمحتوى تخص الأعضاء، بينما لا تحتفظ شبكات أخرى بحقوق مِلكِية المحتوى الذي ينشره الأعضاء، على الرغم من الغموض الذي يكتنف الشبكات الاجتماعية بوصفها مواقع تتخلى قانونيًا عن حقوق المِلكِية، لذا على مطوري تلك الشبكات مراعاة إدراج بند ينص على حقوق ملكية المحتوى، فضلاً عن ضرورة

تصميم القنوات المختلفة لإعلام الأعضاء بسياسة استخدام البيانات والصور والمحادثات داخل ملفاتهم الشخصية

ب- **المحتوى غير اللائق Adult Content :** يجب على مديري الشبكة Admin اتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع الأعضاء من رفع ومشاركة المحتوى غير اللائق أو المخالف للآداب والأديان، وم ن ثم فرض العقوبات الرادعة للأعضاء الذين يخالفون ذلك، والتي تتمثل في حذفهم أو تجميد عضويتهم.

ج- **إدارة المحتوى غير اللائق Managing Inappropriate Content :** ينبغي على المطورين إتاحة أداة تمكن مدير الشبكة من مراقبة ما ينشر على الحسابات الشخصية للأعضاء.

د- **سلامة المعلومات Safety Information :** يجب على مديري تلك الشبكات مراقبة المعلومات التي تنشر بشكل دوري بالإضافة إلى إخطار الأعضاء بشكل مستمر بالطرق اللازمة لضمان سلامة المعلومات وسريتها .

13) عرض المحتوى ونقله Viewing and Moving Content :

أ- **الحصول على المحتوى الخارجي Getting External Content In :** ينبغي على مطوري الشبكات ضمان سهولة تخصيص الأعضاء لمساحات تخزينية خاصة باستيراد المحتوى والأدوات من الشبكات الأخرى، وتفعيل آليات رفع المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- تـصدير المحتـوى Content Out : يجـب عـلى مطـوري الـشبكات الاجتماعيـة إضـافة خيارات خاصة بتصدير المحتوى للشبكات الأخرى، مثل : تصدير المحفظـة الإلكترونيـة* أو المدونة الشخصية.

14) شروط الاستخدام Terms of Use : ينبغـي عـلى مطـوري تلـك الـشبكات إتاحـة قائمـة تحصر شروط الاستخدام وإلزام الأعضاء بقرائتها وفهم شروطها، وتتضمن تلـك الـشروط بنودًا ببيانات الأعضاء التي تشير إلى أغـراض تجاريـة، وكيفيـة جمـع البيانـات المتعلقـة بالأعضاء والتحذير من استخدام البرمجيات الخبيثة.

ثانياً : تقييم شركة نتورك ميديا تيتش Tech Media Network:

ومن ناحية أخرى فقد نشرت شركة نتورك ميديا تيتش الرائدة في خدمات الويب والأدوات البرمجية والتسويق الإلكتروني عبر موقعها على شبكة الويب عدة معـايير يجـب أن يـتم توافرهـا في شبكات التواصل الاجتماعي وهي [(12)]:

1) **البيانـات الديموغرافيـة :** حيـث يراعـي مطـورو الـشبكات أن يـشتمل ذلـك القـسم عـلى المعلومات الخاصة بالفئة العمرية للاشتراك، وشروط الاستخدام، وأهـداف الـشبكة، واللغـات المتاحة، وكيفية استخدام الإعلانات.

2) **الملــف الشخــصى :** يجــب عــلى مطــوري تلــك الــشبكات الالتــزام بتوافر العناصر التالية : محرر الملف الشخصي – تخـصيص الواجهـات –

---

* هي عبارة عن مجموعة من الأدلة إلكترونية تدار من قبل المستخدم على شبكة الإنترنـت. وقـد تتـضمن هـذه الأدلـة الإلكترونية نص تم إدخاله، وملفات إلكترونية، وصور وسائط متعددة و مقالات أو مدونات، وروابط. وتظهر المحفظة الإلكترونية قدرات المستخدم كما تستعمل كمنبر للتعبير عن الذات. ويسمح وضعها على الإنترنت بتطـوير محتوياتهـا بشكل ديناميكي مع مرور الزمن. هـذا وتـسمح بعـض تطبيقـات المحفظـة الإلكترونيـة بـدرجات متفاوتـة مـن ولـوج الجمهور، لذا يمكن استخدامها لأغراض متعددة.

تخصيص لغة برمجية للتطوير، مثل: CSS،HTML – تخصيص سطر المسار الموحد URL – الصور – نشر التعليقات – قائمة بالاصدقاء – المدونات الشخصية – والتطبيقات

3) **الأمن :** ينبغي على ذلك القسم أن يشتمل على : إعدادت ضبط الخصوصية – حجب الأعضاء غير المرغوب بهم – تقارير الإساءة والانزعاج من الأعضاء أو الجماعات – ونصائح لضمان سرية المعلومات وسلامتها.

4) **الأدوات التشابكية:** يجب على مطوري تلك الشبكات توفير الأدوات التي تساعد المستفيدين على التواصل، وتشمل غرف الدردشة – الرسائل الفورية – الوسم – النشرات – الجماعات والمنتديات – البريد الإلكتروني – تطبيقات الموبايل – رفع ملفات الموسيقى والفيديو – تطبيقات الألعاب – الإعلام عن الندوات والمؤتمرات والمناسبات والكتب.

5) **البحث :** يراعي على مطوري تلك الشبكات توفير عدة اختيارات للبحث داخل الشبكة، مثل البحث بـ : الاسم – عنوان البريد الإلكتروني – المدرسة – الجامعة – الدولة أو المدينة – الاهتمامات – والكلمات الدالة.

6) **الدعم الفنى :** يراعى أن تشتمل الشبكة على قنوات مختلفة للإتصال بالدعم الفنى أو المشرفين عليه من خلال: البريد الإلكتروني الخاص بالقائمين على الشبكة – الأسئلة الأكثر شيوعاً FAQ – والمنتديات التابعة للشبكة.

ثالثاً : تقييم جينيفر بريجرJennifer Barrigar :

وبينما توضح الجهود السابقة المعايير التي يجب مراعاتها عند تـصميم وإنـشاء الـشبكات الاجتماعية بغرض إتاحتها على الشبكة العنكبوتية، أعدت جينيفر بريجر تقريـرًا يتـضمن مجموعـة من التوصيات يُراعي اتباعها عند تطوير أو إعادة التصميم للشبكات الاجتماعية، وتتمثل في : [13]

1) توافر الأمانة والوضوح والشفافية من خلال جودة ومصداقية المعلومات المتوفرة بها.

2) توافر مجموعة من عناصر الجذب مما يشجع العضو الذي يقرأ محتوياتها لأول مرة على العودة إليها مرة أخرى.

3) إتاحة وضع الصور والرسوم المتحركة بتنسيقي فـلاش Flash وجافـا سـكريبت JavaScript عـلى الصفحة مما يضفي مزيدًا من الجاذبية والتشويق، ومع ذلك فإن وجود مثل هذه الإيضاحيات بأحجام كبيرة ومعقدة أو بأعداد كثيرة من شأنه إبطاء عمليات التنقـل بـين صـفحات الـشبكة وإبطاء عملية التحميل.

4) ينبغي على تلك الشبكات أن تضع نصب أعينها تطوير الرمـوز الجغرافيـة التـي تـسمح بتحديـد النطاق الجغرافي للأعضاء، وتجاهـل تقـديم معلومـات شخـصية صريحـة، مثـل: ZIP/Postal codes.

5) إدراج خريطة الشبكة بشكل منطقي وبديهي يتقبله الأعضاء المشتركين، لاسيما وأن الخرائط على إختلاف أشكالها من أهم العوامل المساعدة في تكشيف محركات البحث لمحتويات الشبكات.

6) العمل على التمييز بين المعلومات المطلوبة من المستفيد، والتـي تُعـرِف عـن هويتـه وبـين تلـك المعلومات التي يمكن أن تستخدم لأغراض أخرى.

7) تـشجيع تلـك الـشبكات عـلى دمـج الخوارزميـات الخاصـة بـالتحكم والمراقبـة ومنـع القرصـنة والاختراق والمعروفة بـ CAPTCHA* (Completely Automatic Public Turing Test to Tell Computers and Humans Apart).

8) إعداد وشرح المعايير اللازمة المرتبطة بالحد الأدنى الآمن لكتابة كلمـة المـرور الخاصـة بحـسابات الأعضاء.

9) ينبغي على تلك الشبكات أن تضع نصب أعينها تمييزًا واضحًا بـين المعلومـات المطلوبـة لأغـراض التسجيل وبيانات الملف الشخصي؛ فالمعلومات المجمعـة لأغـراض التـسجيل لايجـب أن تظهـر على الملف الشخصي إلا اذا ترائى للعضو أن يظهرها على ملفه الشخصي.

10) ألا تتشدد في حرية إستخدام الأعضاء لأسماء مستعارة لحسابهم الشخصي.

11) جعل الإعدادات الخاصة بالتحكم في الحماية والخصوصية وسريـة المعلومـات كـشكل افـتراضي للمستخدم بدلاً من مشاركة البيانات.

12) توضيح الخطوات اللازمة لضبط إعدادات الخصوصية المتعلقة بالمعلومات المتوفرة حتى يتثنـى للعضو أن يتخذ قراراته المتعلقة بإتاحة استخدامه وهل الشبكة ذو هدف أم لا.

13) ألا يكون ضبط الخصوصية شاملاً ومفصلاً ؛ حتى لا يتشتت العضو، إلا أنه يجـب عـلى الـشبكة إبراز إعدادات الخصوصية المتعلقة بمشاركة البيانات وحجبها.

---

* تستخدم تلك التقنية للتأكد من أن مستخدم صفحة الإنترنت هو شخص وليس آله أو برنامج يتصفح الإنترنت بـشكل أوتوماتيكي. وتستغل هذه التقنية لصد هجمات الهـاكرز وسـارقي المعلومـات أو الـذين يرسـلون رسـائل أوتوماتيكيـة لمواقع وصفحات الويب بشكل آلي حيث يكثر إستخدامه المنتديات ومواقع البريد الإلكتروني بشكل ملحوظ.

14) أن تشتمل إعدادات الخصوصية على مفردات تبين بوضوح البيانات التي تستخدم لأغراض الإعلان، وتتيح للمستفيد التحكم في استخدام البيانات الشخصية لتلك الأغراض.

15) أن تتيح إعدادات الخصوصية في الشبكات الاجتماعية للمستفيدين تحديد حقول المعلومات التي يتم البحث بها.

16) إتاحة إعدادات الخصوصية اختيار شكل وتنظيم المعلومات التي سوف تظهر في نتائج البحث إما داخل الشبكة نفسها أو على الشبكة العنكبوتية.

17) تسهيل لوحة ضبط الخصوصية على المستخدم التحكم في مشاركة البيانات الشخصية مع ما يعرف بتطبيقات الطرف الثالث* عند اتاحة التطبيقات وعند استخدام الأصدقاء لتلك التطبيقات.

18) أن يتوافر للأعضاء القدرة على إظهار إعدادات الخصوصية المرتبطة باستقبال ورؤية التعليقات الخاصة بالآخرين.

19) أن تتيح إعدادات الخصوصية للأعضاء تحديد الصور التي يريد وسمها

20) ألا يتم وسم الصور Photos Tag افتراضيًا، ولكن يجب على الشبكة أن تتيح للعضو اختيار الصور التي يريد أن يوسمها.

21) أن تقدم الشبكة للأعضاء مرونة كافية لتحديد المعلومات التي تظهر داخل نظام التغذية أو التلقيم المرتد.

22) أن تقدم الشبكة فهم واضح للمعلومات التي يجب أن تظهر داخل الملف الشخصي في البحث.

---

* تطبيقات الطرف الثالث هي برامج مكتوبة للعمل ضمن أنظمة التشغيل المختلفة ، لكنها مكتوبة من قبل أفراد أو شركات غير منتجة لنظم التشغيل . على سبيل المثال ، شركة مايكروسوفت قامت بإنتاج العديد من التطبيقات البرمجية ، لذا أي من هذه البرمجيات المعتمدة المنتجة من قبل مايكروسوفت يسمى بتطبيق الطرف الثالث.

23) ألا تقوم الشبكة بفهرسة أو تكشيف البيانات الموجودة داخل الملف الشخصي آليًا بواسطة محركات البحث المختلفة.

24) أن يمتلك الأعضاء القدرة على إداره إظهار بيانات ملفاتهم الشخصية في البحث العام.

25) أن تتسم بالشفافية حول علاقات الأعضاء ببعضهم، والمعلومات المقدمة بمجرد التسجيل من قبل العضو.

26) أن تتسم الشبكات الاجتماعية بالوضوح إزاء المعلومات التي تستخدم لأغراض الإعلانات.

27) إعلام المستفيد بالبيانات التي تقدمها لمجمع معلومات الإعلانات Information Ads Aggregator .

28) عدم نشر البيانات الشخصية للأعضاء إلا بعد الحصول على إذن مسبق منهم.

29) ألا يتشارك الأعضاء بمعلوماتهم مع جهات مجهولة المصدر لأغراض الإعلان.

30) اشتراط الموافقة عبر النقر على زر " موافقة Accept" عند التأكيد على بنود سياسة الاستخدام أثناء تسجيل العضوية.

31) أن تحدد وتوضح سياسة الشبكة الأغراض التي من خلالها تجمع بيانات المستفيدين.

32) أن تحدد بنود سياسة الاستخدام الفترة الزمنية التي سيتم بمقتضاها حفظ البيانات.

33) إن إغلاق المستفيد لحسابه يعد بمثابة مؤشر إلى عدم رضا المستفيد عن الشبكة وعدم تمتعه بالأمان داخل الشبكة، لذا ينبغي على الشبكة أن لا تقوم باستغلال المعلومات بأى شكل من الأشكال.

34) أن يتوافر للأعضاء الحقوق اللازمة للنفاذ إلى المعلومات الشخصية وتصحيحها.

35) أن يكون هناك نوع من العقوبات الرادعة عند انتهاك إتفاقية الاستخدام كحذف أو تجميد حساب العضو الذي ينتهك شروط الاستخدام.

36) للأعضاء الحرية الكاملة في تجميد أو حذف حساباتهم.

37) ألا تقوم الشبكة بحذف البيانات بشكل كامل عند تجميد الحساب لأحد الأعضاء.

2/4 أساليب التقييم :

أتخذت الجهود السابقة المتعلقة بتقييم مواقع الإنترنت عامة والشبكات الاجتماعية المتاحة على العنكبوتية خاصة أنماطًا مختلفة وإجراءات متنوعة، منها ما أستهدف الناحية الكمية ومنها ما ركز على النواحس الكيفية، ومنها ما هو يدوى ومنها ما هو آلى، ومن أهم الأساليب التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة المتعلقة بقياسات وتقييم الشبكات الاجتماعية ما يلي:

أولاً : اختبارات القدرة على الوصول إلى مواقع الويب :

يشير مصطلح الإتاحة والوصول إلى صفحات الويب إلى جعل المحتوى المعلوماتي المتضمن بالمواقع حرًا ومتاحًا عالميًا عبر الإنترنت دون التمييز بين الأشخاص بما فيهم الأشخاص المعاقيين. هذا وقد تكون الإتاحة مباشرة أو عبر استخدام التقنيات المساعدة المتمثلة في الآليات والبرمجيات التي تساعد الأشخاص المكفوفين في الوصول إلى المعلومات، فعلى سبيل

المثال يستطيع المكفوفين وضعاف البصر الوصول إلى صفحات الويب عن طريق استخدام ما يعرف بتقنية قارئ الشاشة Screen Reader [14]* هذا ويعرف اختبار القدرة على الوصول لصفحات الويب إلى قياس قدرة مستخدمي الإنترنت - خاصة ذوي الاحتياجات الخاصة والمكفوفين - في الوصول إلى المعلومات الواردة بالموقع، إذ يعتمد في القياس على مدى قدرة الأعضاء في الولوج إلى مواقع الويب بصفة عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة، كما يتوافر العديد من البرمجيات والأدوات المتاحة على الشبكة العنكبوتية والمخصصة لذلك الغرض، ومنها برنامج بوبي Bobby والذي يعد أحد البرمجيات المتاحة والمستخدمة لهذا الغرض، والذي طوره مركز كاست CAST للتكنولوجيا التطبيقية، حيث اعتمد هذا البرنامج في بنيته على مدى توافر المعايير والمواصفات القياسية التي أوردها الدليل الأرشادي لإتاحة الوصول لمحتويات مواقع الويب، كما اعتمد على المادة رقم 508 الواردة في القانون الأمريكي الخاص بنظم المعلومات والاتصالات، وتكمن آلية عمل هذا البرنامج في فحص صفحات الويب، ومن ثم إصدار التقارير التي تبرز المخالفات والأخطاء البرمجية والانتهاكات المتضمنة بالموقع، وفي ضوء تلك التقارير يعطي البرنامج ما يفيد قبول الصفحة أو الموقع موضع الفحص والإختبار مستخدمًا مصطلحي "مقبول Approved " أو "غير القبول Not Approved". بناءً على تقييم النقاط التي تم اختبارها بطريقتين: إحداهما آلية والأخرى يدوية [15].

* تعد قارئات الشاشة من البرمجيات واسعة الانتشار بين فئة المكفوفين وضعاف البصر حيث تقوم هذه البرمجيات بقراءة كل ما هو معروض داخل شاشه الحاسب وترجمتها إلى نصوص يفهمها المستخدم.

ثانياً : اختبارات القدرة على الاستخدام:

يعني باختبار القدر على الاستخدام Usability Testing القيـاس الكمـي والنـوعي لمـدى قدرة مجموعة من المستفيدين على إستخدام وظائف محدودة من الموقع لتحقيق هدف ما بفاعلية وكفاءة [16]هذا، وتنقسم اختبارات القدرة على الاستخدام إلى ثلاث فئات، وهي : الاختبارات المرتكـزه على الاستفسار، والاختبارات المرتكزة على التوقع، واختبارات القـدر عـلى الاسـتخدام الرسـمية، هـذا وبينما ترتكز كلاً من الفئتين الأولى والأخيرة في اختبارهم على مستخدمين حقيقيين ؛ فإن الفئة الثانية لا تحتاج مستخدمين في الحصول على نتائج منهم [17]. ويعد هذا الأسلوب من أهم أسـاليب التقيـيم المنتشرة في تقييم مواقع الويب والشبكات الاجتماعية، حيث تمثل تلك المواقع بوابة العبـور لمـصادر المعلومات والاتصالات الشخصية وغير الشخصية، لذا فإن نماذج مثل تلـك المواقـع يجـب أن تعكـس احتياجات المستفيدين منه، وعلى الرغم من وضع احتياجات واهتمامات المستفيدين في المقام الأول فقديمًا كان يتم تصميم وبناء المواقع من خلال رؤية خبراء المعلومـات وتـصميم المواقـع دون النظـر لاحتياجات المستفيدين، إلا أن ظهور الأجيال المتعاقبة للويب أحدثت تغيـيرًا جزريًـا في ديناميكيـات بيئة المواقع، الأمر الذي جعل مصممى المواقع يدركون أهمية اختبار القدرة عـلى الاسـتخدام، وعـلى ذلك فإن الهدف المحوري من اختبارات القدرة على الاستخدام هـو اختبـار الموقـع ولـيس المـستفيد للتعرف على ما يصلح وما لا يصلح في الموقع [18].

وتعود أهمية اختبارات القـدرة عـلى الاسـتخدام إلى أنهـا تتـيح للقـائمين على الموقع تطويره بما يـتلائم مـع احتياجـات المـستفيدين عـن طريـق تحديـد المشكلات والعمل على إيجـاد حلـول لهـا والتعـرف عـن كثـب عـلى احتياجـات

المستفيدين؛ لأن المستفيد قد يغادر الموقع بلا رجعة منذ الوهلة الأولى للاستخدام بسبب صعوبة استخدامه، أو لعدم تلبية الموقع لاحتياجاته، ويدعم تلك النتائج دراسة بعنوان " التحديات المتعلقة بتقييم القدرة على الاستخدام لمواقع الشبكات الاجتماعية مع التركيز على موقع الفيسبوك " The Challenge of Usability Evaluation of Online Social Networks with a Focus on Facebook

حيث استخدمت تلك الدراسة هذا الأسلوب عند تقييم الشبكات الاجتماعية [19] للتعرف على كفاءة وفاعلية الأساليب المختلفة لاختبار القدرة على استخدام الشبكات الاجتماعية مع التركيز على موقع الفيسبوك كنموذج.

ويتضح من خلال تعريف الأيزو ISO للعناصر الأساسية لقياس القدرة على الاستخدام ثلاثة محاور وهي [20]:

أ- الفعالية Effectiveness : ويقصد بها مدى إنجاز الهدف في ظل وجود نظام محدد المعالم.

ب- الكفاءة Efficiency : ويقصد بها الموارد المستخدمة لتحقيق هدف النظام.

ج- رضا المستفيدين Satisfaction : وهو مدى مستوى الرضا الذي يشعر به المستفيد عند استخدام المنتج، ومدى قبولة كأداة لتحقيق الهدف.

هذا ويضيف كلاً من فولمير، بوش J، E. & Bosch،Folmer . في دراسته عنصرًا رابعًا وهو خلو الموقع من الأخطاء البرمجية والهجائية، وفي حال حدوث ذلك فيجب أن يتحلى الموقع بالقدرة على إعادة تصحيح الأخطاء وتعديل مسارها بشكل سريع ودقيق [21].

أما عن طرق اختبار القدرة على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية فتتمثل في :

- **الإستبيانات Questionnaires :**

تعد الاستبيانات من أسرع الطرق وأسهلها في جمع البيانات مقارنة بالأساليب الأخرى الخاصة بالتعرف على احتياجات المستفيدين من صفحات المواقع، وعادة ما يكتب الاستبيان بطرق مختلفة حسب طبيعة الدراسة، والهدف الرئيسى من وراء الاستبيانات هو جمع أنواعًا مختلفة من البيانات [22] حيث يلجأ مصممو المواقع لإستخدام ذلك الأسلوب لقلة التكلفة المالية والجهد المبذول، فضلاً عن سهولة الاستخدام، حيث يقوم الُمقيم بعرض المعلومات المختلفة المرتبطة بالقدرة على الاستخدام من خلال وجهات النظر المختلفة للمستفيدين، فضلاً عن أن المعلومات التي تتوافر عن طريق الاستبيان أكثر موضوعية من إجابات المقابلة الشخصية أو غيرها من طرق جمع البيانات، ويرجع السبب في ذلك أن معظم الاستبيانات لا تضع اسم الشخص مما يحفزه على إعطاء معلومات تتميز بالموثوقية [23].

- **وهناك ثلاثة طرق تستخدم لتقديم الاستبيانات الإلكترونية وهي**[24]:

1- الاستبيانات الموجهة عبر البريد الإلكتروني.

2- الاستبيانات الموجهة عبر مواقع الويب.

3- الاستبيانات الموجهة باستخدام تطبيق جوجل دوكس Google Docs.

ثالثاً : التقييم الموجه Heuristic Evaluation :

ابتكر هذه الطريقة كلاً من جاكوب نيلسن Jakob Nielsen و موليتشMolich عام 1990، وهي طريقة يقوم بها مجموعة من مطوروا

المواقع أو مجموعة من المستفيدين المدربين، حيث يتراوح عددهم ما بين ثلاثة أشخاص إلى خمسة بمضاهاة واجهة استخدام المواقع بمجموعة من مبادئ التصميم، وهذه المبادئ ليست قائمة مراجعة بل مجموعة قواعد تصف الخصائص المفترض توافرها في واجهة الاستخدام الصالحة [25].

رابعًا : تحليل ملفات الولوج (العدادات):

يعد الاعتماد على تحليل ملفات الولوج إلى المواقع أو ما يعرف بالعدادات أحد الأساليب الكمية المحدودة التي تستخدم للحصول على معلومات ذات دلالة إحصائية عن استخدام مواقع الويب، ويشير كل من هاي وميجارتي Haigh & Megarity أن إعدادات الولوج لصفحات الويب بمثابة الرافد الأساسي للإحصاءات التي تعكس مستويات الاستخدام، علاوة على إتاحة الفرصة للمقارنة بين أجزاء الموقع المختلفة عبر فترات زمنية متنوعة، كما أن مثل هذا الأسلوب يقدم بعض المعلومات الفنية الخاصة بقدرة الخادم Server على التحميل، ورغم ذلك فهي لاتقدم أية تفسيرات توضح أسباب استخدام بعض المواقع بكثافة وأسباب عدم استخدام مواقع أخرى بالكثافة نفسها، ويعتمد هذا الأسلوب على الإحصاء العددى للزائرين في كل مرة يترددون فيها على موقع الويب، حيث تسجل الفترة الزمنية التي قضاها كل زائر داخل الموقع على حدة من خلال صفحات الدخول والخروج، فإذا كان الزائر المستخدم للموقع نشيطًا أثناء زيارته يسجل إجمالي الوقت الذي قضاه داخل الموقع كما هو دون حذف أو إضافة، أما إذا كان ذلك الزائر كسولاً نوعًا ما وتعدت الفترة الزمنية التي توقف خلالها عن اتخاذ أى أجراء أو القيام بأى عملية داخل الموقع نصف ساعة، يفترض البرنامج القائم على عملية

الإحصاء أن هذه الزيارة قد انتهت، ومن ثم اعتبار مدة الزيارة هي مدى النصف ساعة [26].

وعادة ما يكون من المفيد الاعتماد على إحصاء كل من عدد النقرات من ناحية وعدد الزيارات من ناحية أخرى عند تقديم استخدام المواقع على الويب، فأما النقرة فهي الإجراء الفردي الذي ينفذ على خادم الويب، والذي يستهدف تحميل الملفات والصور، وأما الزيارة فيقصد بها عدد المرات التي يدخل فيها المستفيد إلى الموقع، ورغم أن الاعتماد على إحصاء عدد الضربات (الصفحات المشاهدة) يعد مقياسًا جيداً ؛ لأنه يشير إلى عدد مرات الولوج إلى خادم الويب، فغالبًا ما يعد عدد مرات الزيارة هو المؤشر الرئيس لقياس استخدام صفحات الويب، ذلك أن الزيارة تعكس بدقة عدد الصفحات التي تم الاطلاع عليها داخل الموقع، ومن ثم فإن الاعتماد على عدد الضربات (الصفحات المشاهدة)، وعدد الزيارات إنما يعطي انطباعًا أكثر دقة عن استخدام صفحات الويب، وهناك من البرمجيات ما يضطلع بإنجاز هذه الإحصاءات اللازمة لتقييم استخدام مواقع الويب بطريقة آلية، ومن أشهرها على الاطلاق برنامج ويب تريندس Web Trends الذي يقدم عن الموقع المراد تقييمه معلومات أساسية تتلخص فيما يأتي [27]:

1- أعلى الصفحات التي يتم استخدامها داخل الموقع.

2- أكثر الصفحات استخدامًا لإنهاء الزيارة والخروج من الموقع.

3- أعداد الزائرين وخصائصهم الديموغرافية.

4- تاريخ تلقي الطلبات.

5- المصطلحات البحثية التي تقود الباحث للموقع.

6- محركات البحث التي وصل الزائرون من خلالها للموقع.

7- ملفات التحميل Downloading الأكثر استخدامًا.

ورغم سهولة هذا الأسلوب بصفة عامة، إلا أنه يظل مثار جدل، إذ توجد وجهات نظر حول مدى جدوى استخدام الإحصاءات في تقييم صفحات الويب ، فبالنسبة للطريقة الأولى والمتعلقة بالإحصاء العددي للزائرين فهي سلبية، حيث يُرى أن تلك الإحصاءات تقتصر فائدتها على عدد مرات التحميل الفعلي للموقع على الخادم ، ويعد ذلك التقييم دون فائدة في الوقت الذي يراد فيه قياس الجوانب المختلفة لاستخدام الويب كعدد مرات الوصول الحقيقي للموقع والولوج إليه، وأما الطريقة الثانية والمتعلقة بإحصاء عدد النقرات فهي تعد من الطرق الإيجابية ووسيلة فعالة للقياس [28].

وفي هذا الصدد لا يفوتنا أن نعرج على شركة أليكسا Alexa.com إحدى شركات أمازون Amazon.com والتي أنشئت عام 1996 حيث تقدم العديد من الخدمات لمختلف فئات مستخدمي الإنترنت سواء أكانوا مصممي مواقع أم مستخدمين لها، وأحد الخدمات التي تقدمها أليكسا هي خدمة ترتيب مواقع الإنترنت وفقًا لعدد الزائرين، كما أنها تصدر قوائم بأفضل 100 موقع في كل لغة من اللغات وفقًا لعدد الزائرين أيضًا فضلاً عن إصدارها لقوائم بأفضل 500 موقع على المستوى العالم [29].

ومن الأساليب الكمية الأخرى، الإحصاء العددي لإعداد الصفحات والصور والرسوم، إلا أن أكثر الأساليب الكمية هو احصاء الروابط والوصلات.

خامساً : احصاء الروابط والوصلات

وفي هذا الأسلوب تستخدم روابط ووصلات الويب Links لقياس وتقييم مواقـع الويـب، فعلى سبيل المثال تتيح أداة Touch Graph.com عرض رسومات جرافيك للروابط التـي تـؤدي إلى الموقع وتحيل إليه، ، علاوة على ذلـك تتـيح أدوات الفحـص الـشهيرة The Popularity Checkers مثل : Link Popularity.com القدر على إحصاء الروابط التي تحيل لعنـاوين مواقـع في محركـات بحث Google،Alta Vista، yahoo، [30] MSN .

مصادر الفصل الرابع

1- Redmond، Fiona. (2010) .Social Networking Sites : Evaluating and Investigating Their Use in Academic Research. Presented at ICERI (International Conference of Education، Research and Innovation) that was held in Madrid on the 15th، 16th and 17th of November، 2010. P 4

2- Mislove، A.، Marcon، M.، Gummadi، K. P.، Druschel، P.، & Bhattacharjee، B. (2007).Measurement and Analysis of Online Social Networks. Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM Conference of Internet Measurement، pp. 29-42..

3- Ibid.

4- Ibid.

5- Wellman، B. (2001). Computer Networks As Social Networks . Science ، 293 (5537)، 2031-2034.

6- A Childnet International.(2010.) Young People and Social Networking Services : A Childnet International Research Report ، PP 11 - 13.Retrieved From: http://www.digizen.org/socialnetworking/evaluating.aspx

7- Ibid

5- Childnet International.(2010.). Ibid

6- A Childnet International.(2007.) Evaluating Social Networking Services Retrieved From: http://www.old.digizen.org/socialnetworking/checklist.aspx

7- Ibid

8- Ibid

9- Ibid

10- Ibid

12- http://social-networking-websites-review.toptenreviews.com/ Access in . 1/8/2012

13- Barrigar،Jennifer(2009).Social Network Site Privacy : A comparative analysis of six sites .- Ontario: office of the Privacy Commissioner of Canada ،pp 36-47.

14- Hackott، Stephanie & parmanto، Bambang. (2005) A Longitudinal Evaluation of Accessibility: Higher Education Web Sites.- Internet Research.- Vol15، No3، PP. 81-82.

15- محمد ابـراهيم حـسن محمـد (2007). نحـو تقيـيم موضـوعى لمواقـع المكتبـات عـلى الـشبكة العنكبوتية.- مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية. مج 13،ع 2 2007. ص 215.

16- نفس المرجع السابق. ص217

17- B.، Booth، A. & Weintrop، J.(2001). Usability Testing of an Academic Library Web Site:A Case Study .p188-189.

18- محمد ابراهيم حسن محمد. مرجع سابق.

19- Ali،Tariq Alam Muhammad.(2010) The Challenge of Usability Evaluation of Online Social Networks with a Focus on Facebook. Master thesis.- Sweden: School of Computing،.p4.

20- Abran، A.، Khelifi، A.، Suryn، W. & Seffah، A.(2003) Usability Meanings and Interpretations in ISO Standards J Software Quality Control. p328.

21- Folmer، E. & Bosch، J.(2004) Architecting for usability: a survey. *Journal of Systems and Software*،p.70**.**

22- Brace، I.(2008) *Questionnaire Design*: *How To Plan، Structure And Write Survey Material For Effective Market Research*، London، Kogan Page Ltd. P 53.

23- Breakwell، G. M.، Hammond، S. & A. SMITH، J. (2006)*Research methods in psychology*، London، SAGE publications Ltd. P.123.

24 - Ali،Tariq Alam Muhammad.Ibid

25- محمد ابراهيم حسن محمد.(2007). مرجع سابق.

26- مرجع سابق.

27- مرجع سابق.

28- Schuyler، M. (2001) Cutting – edge Statistics.- **Computers in Libraries** .- Vol. 21، No.3. PP.51-53.

29- TouchGraph.com

30- محمد ابراهيم حسن محمد.(2007). مرجع سابق.

الفصل الخامس

تقييم وتحليل أشهر الشبكات الاجتماعية

المتاحة على العنكبوتية

0/5 تمهيد :

في ضوء الجهود المبذولة عالميًا والسالفة الذكر المتعلقة بوضع معايير لتقييم مواقع الشبكات الاجتماعية قام المؤلف بتصميم قائمة مراجعة معتمداً على الدراسات السابقة ومتجنبًا التكرار والتداخل ليخرج بمعايير على درجة عالية من التقنين يمكن استخدامها للحكم على مواقع الشبكات الاجتماعية(ملحق رقم 1).

1/5 مواقع التقييم :

بناءًا على ما سبق يقدم المؤلف تقييمًا موضوعيًا لأفضل المواقع مستخدمًا قائمة مراجعة صممت خصيصًا لبيان مدى إلتزام المواقع محل التقييم بتلك المعايير، هذا وقد تم حصر تلك المواقع عبر موقعى Alexa.com، Compete.com مع الوضع في الإعتبار أنه قد تم حذف اربعة مواقع

لإحتوائهم على محتوى غير لائق ليصبح عدد مواقع محل التقييم 16 عشراً موقعاً هم :

جدول (1) يوضح عينة مواقع الشبكات الاجتماعية محل التقييم

م	الموقـــــع	ترتيبه على حسب الشبكات الاجتماعية	الترتيب على حسب مواقع الإنترنت
1	Facebook	1	2
2	Youtube	2	3
3	QQ	3	8
4	Twitter	4	9
5	LinkedIn	5	12
6	Flickr	6	50
7	Hi5	7	70
8	LiveJournal.com	8	113
9	Badoo.Com	9	120
10	Myspace	10	157
11	Digg	11	178
12	Orkut	12	286
13	Tagged	13	293
14	.Maktoob.com Inc	14	304
15	ning.com	15	369
16	Netlog.com	16	496

1) الفيسبوك Facebook:

زوكربيرج Mark Zuckerberg تحت نطاق thefacebook.com حيث صمم في الأساس لخدمة جامعة هارفارد كأحد التطبيقات المتاحة داخل الجامعة، حيث انحصرت عضوية الشبكة والتمتع بخدماتها لطلاب جامعة هارفارد المالكين لبريد إلكتروني ذي نطاق Harvard.edu. ولم يمر الشهر الأول من إتاحة الشبكة للاستخدام حتى أقبل عليها أكثر من نصف طلاب الجامعة، وفي نفس العام توسعت الشبكة في عضويتها لتشمل جامعات آيفي ليج، وستانفورد، وكولومبيا وييل، ثم فتحت بعد ذلك أبوابها لتصبح متاحه لجميع الجامعات والمدارس في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي شهر يونيو نُقل مقر الفيسبوك إلى مدينة بالو آلتو بولاية كاليفورنيا، حيث حذفت الشركة كلمة "the" من اسمها بعد شرائها نطاق جديد باسم facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، ثم قرر القائمين على الشبكة بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وهو ما أشار إليه زوكربيرج بأنها الخطوة المنطقية التالية فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للإنضمام إلى الشبكة، بعد ذلك، أتاحت شبكة الفيسبوك اشتراك الموظفين من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت وفي 26 سبتمبر من عام 2006 أصبح متاحًا لجميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عامًا فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إليكتروني صحيح[2]. إذ أقبل عليه أكثر من 2000 جامعة ومعهد ومدرسة داخل الولايات المتحدة الأمريكية كما احتلت الشبكة الترتيب السابع من بين أشهر الشبكات استخدامًا على شبكة الويب العالمية[3]. ثم أصدرت

[3] CASSIDY, J. (2006).Me media: How hanging out on the Internet became big business. The New Yorker, .82 (13), 50. Retrieved From:

الشبكة مبادرة تسويقية تتيح لمواقع الويب المختلفة الإعلان والترويج عن الأنشطة التي يقوم بها الأعضاء عبر ملفاتهم الشخصية في الفيسبوك في صورة إعلانات إجتماعية تهدف للتسويق عن المنتجات، وفي نوفمبر بلغ مجموع المنظمات والهيئات المتصلة بالشبكة 22000 منظم [(4)].

- إحصائيات الاستخدام بموقع الفيسبوك Facebook:

بلغ عدد المستخدمين للفيسبوك وفقًا للتقرير الذي أعدته شركة ComScore في عام 2008 إلى 222 مليون زائر، حيث وصف التقرير أن هذا النمو يزيد عن الأعوام السابقة بنسبة 127 %[(5)]. وفي يناير من عام 2009 نشرت شبكة الفيسبوك تقريرًا يفيد بأن عدد الأعضاء الناشطين بالشبكة بلغ أكثر من 150 مليون عضو، وأن أكثر من 50% من مستخدمي شبكة الفيسبوك تجاوزوا مرحلة المدرسة والتعليم الجامعى، وفي عام 2009 اكثر من 70 % من أعضاء الفيسبوك لا ينتمون إلى الولايات المتحدة الأمريكية، ووفقًا لموقع alexa.com الخاص بترتيب المواقع فيشير الموقع إلى أن شبكة الفيس بوك تستقبل يوميًا 5% نقره ولوج إليها باستخدام محركات البحث الأخرى، كما أن متوسط الوقت المستغرق لتصفح الشبكة من جانب الأعضاء يصل إلى 25 دقيقة تقريبًا، و51 ثانيه للصفحة الواحدة حتى يتنقل إلى الصفحات الأخرى. هذا وتشير إحصائيات موقع ستيتكروب لعام 2015 أن عدد الزائرين للموقع يبلغ يتجاوز 72 مليون زائر يوميًا[(6)].

- تسجيل البيانات :

بمجرد ولوج العضو إلى الشبكة والتسجيل بها حينئذ يُطلب منه تفعيل حسابه من خلال ملئ عدة بيانات (الاسم بالكامل – البريد الإلكتروني – كلمة

---

http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassidy.

السر – الجنس – تاريخ الميلاد ... إلخ) فضلاً عن وجود عدة بيانات بجانبها مربع تظهر بـه بيانـات أخرى مطلوبة لضمان الأمن والخصوصية ووسيلة لمنـع الاخـتراق وتجنـب البرمجيـات الخبيثـة التـي تخترق البيانات، هذا وتعطي شبكة الفيـسبوك الـصلاحيات اللازمـة لكـل عـضو لإخفـاء المعلومـات الخاصة به بملفه الشخصي إذا ما أراد ذلك، ثم تأتي خطوة إنشاء الحساب الشخـصي بالموافقـة عـلى سياسية شروط الاستخدام والخصوصية ثم بعـدها تحيـل الـشبكة العـضو إلى صـفحة تعـرف باسـم CAPTCHA وهذه الصفحة توجد لدواعي أمنية، حيث يقوم العضو بإدخال العبارة التي يراها في الصفحة بشكل صحيح حتى تميز الشبكة أن مـن يقـوم بإنـشاء الـصفحة هـو عنـصر بـشري ولـيس برنامج للاختراق[7].

2) اليوتيوب [8] Youtube.com:

أسـست شـبكة اليوتيـوب youtube.com - لمـشاركة ملفـات الفيـديو - عـام 2005 مكتسبة شعبية كبيرة بين مستخدمي الإنترنت منذ تاريخ ظهورها حتى الآن كشكل من اشـكال الشبكات التي عرفت باسم (شـبكات المحتـوى المنـتج مـن قبـل المـستخدم) التـي يـشار إليهـا بالاستهلالية "UGC " user generated content وعلى الرغم من وجود مئات الشبكات التـي تهتم بعرض المحتوى المرئي كملفات الفيديو والأفلام المرئية لأعضائها قبل ذلك التاريخ بكثـير، إلا أن شبكة اليوتيوب قد دخلت السباق وجذبت إليها الأنظار لتضمنها خصائص وتقنيـات الويـب 2 في بنيتها، مثل : رفع، إدارة، مشاركة، ومـشاهدة الملفـات مـن جانـب كـل مـستفيد، بالإضـافة إلى إعطـاء الفرصـة للأعـضاء بتقيـيم المحتـوى الرقمـى للـشبكة وإضـافه التعليقـات عـلى مـا يـشاهدونه مـن أفـلام وهـذا التقيـيم يمثـل أداة تـأثير إجتماعيـة لرفـع معـدل ترتيـب الأفـلام

فالأكثر تقييمًا ومشاهدة، يرتقي لكى يصبح أفضل ملف فيديو على الموقع، وهو ما يسمى الآن في أغلب الشبكات (الأكثر مشاهدة) وتلك الخصائص لم تتوافر بأي شكل من الأشكال في أي شبكة تهتم بمشاركة ملفات الفيديو من قبل، ونظراً لإفتقار تلك الشبكات إلى المرونة وسهولة الاستخدام والخصائص التفاعلية فقد نأى الأعضاء عن استخدام تلك الشبكات الجامدة وتحولوا إلى استخدام شبكات آخرى، مثل: اليوتيوب.

هذا ويستخدم اليوتيوب كلاً من تقنية مايكروميدا فلاش و برنامج Sorenson Spark H.263 بترميز مثبت وأبعاد الأفلام بشكل افتراضي تكون 320 × 240 باكسل وهذه التقنية تسمح بعرض أفلام بجودة عالية لتتلائم مع مشغلات الميديا المختلفة (Quick Time ،Media Player and RealPlayer) عند تحميلها من قبل الأعضاء، كما يقبل اليوتيوب جميع ملفات الفيديو من (مقاطع أفلام – مسلسلات – أفلام وثائقية – مقاطع منتجة من قبل أشخاص – مؤتمرات – ندوات – لقاءات – حلقات تلفزيونية – مقاطع الموسيقى) بشرط أن تكون ايًا من تلك الامتدادات التالية : WMV، AVI ، MOV ،MPG كما يمكن رفع الأفلام ذات الامتداد GP3 من الهاتف المحمول مباشرة على شبكة m.youtube.com الخاصة بخدمة رفع الملفات من أجهزه الموبايل، هذا وتقوم الشبكة بتحويل الملفات المرسلة إليه إلى امتداد FLV.

وعند استقبال الملفات من قبل المستخدمين تقوم شبكة اليوتيوب بإنشاء ملف الميتاداتا وتربطه بملف الفيدو المحمل، حيث يشمل ملف الميتاداتا على : معرف ملف الفيديو ID Video ، تاريخ التحميل، تصنيف الفيديو، مدة

العرض، عدد المشاهدين، الترتيب العام، عدد التقيمات، عدد التعليقات، وفيديوهات ذات صلة

3) موقـع كيوكيو QQ :

تعد شـبكة كيوكيـو التـي صـممت في نـوفمبر مـن عـام 1998 مـن قبـل شركـة تينـسينت Tencent أكبر بوابة خدمية على شبكة الإنترنت تـستهدف المجتمـع الـصيني، حيـث هـدفت تلـك الشركة في تحقيق استراتيجيتها التي هدفت إلى إقامة خدمات مجتمعية افتراضية لـشعبها عـبر تلـك الشبكة إذ تعد منصة عامة لتقديم خدمات متنوعة مثل : الألعاب – مشاركة المعلومات – الرسـائل الفورية – البريد الإلكتروني – آليات البحث المختلفة عبر محرك البحث الـشهيرSOSO – المنتـديات – غرف الحوار – جماعات النقاش – الإعلان – الإصـدارات المختلفـة لخـدمات الموبايـل – مـشاركة الأغانى والأفلام والصور، وهذه الخدمات بمثابـة تعزيـز للتفـاعلات الاجتماعيـة بـين سـكان المجتمـع الصينى في البيئة الإفتراضية، هذا وتستضيف كيوكيو العديد من المواقع التي تخدم المجتمع الصيني، مثل : موقع PaiPai.com الذي يعد منصة للتسويق الإلكـتروني والـذي انطلـق في 30 يونيـو 2009، وتستقطب تلك الشبكة حوالي 990 مليون زائر يومياً، كما أن عدد المشتركين النشطين بهـا يـصل إلى 448 مليون عضو [9].

4) تويتر Twitter :

انطلقت شبكة تويتر كـشكل مـن أشـكال التـدوين المـصغر - الـذي لا يقتـصر اسـتخدامه عـلى المشاهير والسياسين ورجال الأعمال - في يوليو عام 2006 ، حيث سمحت لأعضاءها بالتعبير المـوجز عـن " نمط حياتهم ، وسلوكهم اليومي " فبمجرد ولوج كل عضو إلى حسابه الشخصي تظهر له عبارة " ماذا تفعل

What are you doing " ؟ في صندوق حوارى يستوعب 140 نقرة مـن لوحـة المفـاتيح كحـد أقـصى، وتعرف تلك العبارة أو الرسالة القصيرة التي يتركها العضو باسم " تغريدات " Tweets وتختلف طبيعـة العبارات أو الرسائل القصيرة من شخص لآخر فهناك فئـات تـستخدم تلـك الخدمـة لمـشاركة أخبـارهم والأحداث التي مرت بهم على مدار اليوم، وهناك من يستخدمونها لمشاركة المعلومـات والأفكـار وآخـر ما توصلوا إليه [10].

5) لينكد ان LinkedIn :

صممت شبكة لينكدإن على يد رياد هـوفمان Reid Hoffman في مـسكنه عـام 2002. وظهرت الشبكة رسميًا في 5 مايو من عام 2003، ويعد لينكدإن أكـبر شـبكة اجتماعيـة مهنيـة إذ انها واحدة من الشبكات الاجتماعية المهتمة بمجال العمل والتوظيـف في العـالم، حيـث تُـستخدم من قبل من يبحثون عن وظيفة مناسبة أو أولئك الذين يبحثون عـن مـوظفين أو شركـاء للعمـل، فضلاً عن كونها قناة للعديد من النقاشات التي تدور بين الأعضاء، والتي تفيد في تطوير المهـارات الوظيفية، هذا وقد بلغ عدد زوار الـشبكة في أول ظهـور لـه 4.500 مليـون عـضو، وبنهايـة شـهر مارس عام 2012 شهدت الشبكة معدلاً متزايدًا في استخدامها واشـتراكها، حيـث بلغـت إحـصائية عدد المستخدمين لها حـوالى 80 مليـون مـستخدم في أكـثر مـن 200 دولـة، هـذا وتـشير التقـارير الخاصة بالشبكة أن هناك تزايدًا ملحوظًا بمعدل عضوين لكل ثانية، حيث يتم زيارتها بواقع 214 مليون زائر من داخل الولايات المتحدة الأمريكية و476 مليون زائر موزعين على باقي دول العـالم في كل شهر [11].

6) فليكر Flickr :

تعد شبكة فليكر إحدى الـشبكات الاجتماعيـة التـي تهـتم بمـشاركة الـصور، حيـث تُتـيح لأعضائها إنشاء علاقات للصداقة بـين الآخـرين ومـشاركة الـصور بيـنهم، إذ يـستطيع الأعـضاء رفـع الصور، وسمها، والتعليق عليها، والانضمام للجماعات، وللاستفادة مـن خـصائص ومميـزات الـشبكة يجب على العضو إنشاء حساب شخصي له، هذا ويستطيع أعضاء الشبكة إنشاء نوعين من الروابط: روابط للـصور المفـضلة وتـسمى called favorites، وروابـط للأعـضاء الآخـرين called contacts، والصور التي يفضلها الأشخاص وتقع ضمن محل اهتماماتهم يـضعونها في أرشـيف ويـشاركونها مـع الأصدقاء، وتلك الخاصية تسمى fans of the photo ثم بعد ذلك يتم إدراج تلـك الـصور في قائمـة بالصور المفضلة حيث تسمح الشبكة للمتصلين بمشاهدة الصور الموجودة داخل حـسابات الأعـضاء والولوج إليها، والأهم من ذلك أن قائمة الصور المفضلة لكل عضو تكون مرئية للجميع، وعنـد ولـوج الأعضاء إلى النظام يتلقون قائمة بالصور الجديدة للأصدقاء التي تم وضع إشاره عليهـا للدلالـة عـلى كونها صور مفضلة، وتهدف هذه الآلية لإنشاء بيئة مناسبة للـصور ونـشرها بالـشبكات الاجتماعيـة الأخرى. [(12)].

7) هاى 5 Hi 5 :

أسست شبكة هاي فيف على يد رامو يلمنشي سنة 2003، وفي عام نوفمبر 2009 انـضمت الـشبكة إلى منظمـة الـسياحة القبرصـية وبحلـول عـام 2010 اشـترت هـاي فـايف شركـة Big Six للألعاب. هذا وتتيح الشبكة لكل عضو إمكانية صنع صفحة شخصية Profile حيـث يمكـن للعـضو وضـع صـور وملفـات موسـيقية في صـفحته الشخـصية، ووفقًـا لإحـصائيات موقـع comScore

في عام 2008 صنفت شبكة هاي فيف ضمن ثالث شبكة اجتماعية شعبية من حيث عدد الزوار شهريًا. على الرغم من أنها أنشئت في الولايات المتحدة ومقرها أيضًا في الولايات المتحدة، فهي مشهورة أكثر في بلدان أخرى، لاسيما في أمريكا اللاتينية، كما احتلت المركز 63 في العالم [13].

8) لايف جورنال LiveJournal :

صممت لايف جورنال في 15 أبريل 1999 بواسطة براد فيتزباتريكBrad Fitzpatrick ، إذ صممها ليظل على اتصال دائم مع أصدقاءه بالمدرسة الثانوية، وفي يناير 2005 اشترت شركة سيكس أبارتSix Apart المتخصصة في برمجيات المدونات، الشركة التي كانت تتعامل مع لايف جورنال، هذا وتعد شبكة لايف جورنال بمثابة مجتمع اجتماعي يعتمد على بيئة الويب ويحتفظ بخصائص المدونات أو الجرائد، كما يشتمل على مجموعة من الخصائص التشابيكية التي تستخدم للتعبير عن الذات، كما تتيح خاصية التدوين الصوتي voice posts حيث يمكن للمستخدمين أن يتصلوا بالنظام هاتفيًا وتسجيل التدوينات صوتيًا، ولكن بشرط أن يكون لدى المستخدمين حسابات مدفوعة [14].

9) موقع بادو[15] badoo:

. تعد شبكة بادو التي أنشئت في عام 2003 بمثابة نظام للتنشئة الاجتماعية في جميع أنحاء العالم، إذ توفر لأعضائها القدرة على التعرف على أشخاص جدد وأصدقاء داخل النطاق المحلي أو العالمي، وتتضمن على خصائص كثيرة من خصائص المشابكة الاجتماعية، مثل : إنشاء الحسابات الشخصية، وسم الصور، مشاركة الملفات، ووضع التعليقات...إلخ، ولكن مع

التركيز على إتاحة الألعاب والأدوات اللازمة لجذب المستخدمين لتوسيع دوائرهم الاجتماعية.

تأتي شبكة بادو في المرتبة رقم 130 على مستوى العالم وفقا لتصنيفات موقع أليكسا الخاص بإحصاءات حركة مرور مواقع الويب. هذا ويقدر موقع اليكسا أن 12.9 من سكان العالم يتصفحون يوميًا تلك الشبكة. كما أن نسبة الولوج إليها عبر محركات البحث تزيد عن 6٪ من إجمالي سكان العالم.

10) موقع ماى سبيس MySpace :

تقدم شبكة ماي سبيس خدمات تفاعلية بين الأصدقاء المشتركين بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات، نشر الصور، الموسيقى، مقاطع الفيديو، المجموعات البريدية، ملف الحساب الشخصي للأعضاء المشتركين، ويقع المقر الفني للشركة صاحبة الشبكة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية بينما يقع مقر الشركة الأم في مدينة نيويورك، وطبقًا لموقع أليكسا تحتل الشبكة الترتيب العاشر من حيث شعبية الشبكات الاجتماعية على المستوى العالمى، والسادس على مستوى مواقع الويب من ناحية اللغات البرمجية المكتوبة بها ، كما أنها تعد ثالث أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية على الاطلاق في الولايات المتحدة، هذا وقد ارتفعت شعبية الشبكة تدريجيًا بنسبة أكبر من الشبكات المشابهة الأخرى وحاز على 80% تقريبًا من إجمالي عدد الزيارات للشبكات الإجتماعية على الإنترنت، حتى أصبحت تمثل جزءًا مهمًا من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالإنجليزية [16].

11) موقع ديج Digg:

ترجع فكرة إنشاء شبكة ديغ DIGG إلى المذيع الشهير روبرت كيفن روز Robert Kevin Rose الذي التفت إلى ما أحدثته تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العالم، ففكر في تصميم مشروع شبكة اجتماعية إخبارية، وبالفعل اتفق مع إحدى المبرمجين لبرمجة الشبكة مقابل 12 دولار للساعة وبالفعل صمم شبكة " ديغ DIGG " كنسخة تجريبية في أكتوبر 2004 ثم بدأ تطويرها في أكتوبر من نفس العام، وأصبحت الشبكة تجمع بين الخصائص الاجتماعية وبين خصائص الويب 2 حيث أتاحت عدة خصائص، مثل : المدونات، المفضلات، الملخص الإعلامي، غرف الحوار، نشر التعليقات، والبحث بواسطة التصنيفات الشعبية...إلخ. هذا وقد قرر دافي براغير صديق كفين تسمية الموقع Diggnation. إلا ـن الشبكة سميت بأسم "Digg" بدلاً من "Dig" نظرًا لأن نطاق "Dig" كان محجوزًا مسبقًا من قبل مجموعة الإنترنت والت ديزني Walt Disney Internet Group الشهيرة أما نطاق "Diggnation" استخدم كعنوان للبث الأذاعي للرديو عبر الإنترنت، ويلاحظ أن الشبكة في نسختها الأولى كانت خالية من الإعلانات، وبعد شهرتها بدأت بإدراج إتفاقية Google AdSense لدعاية وإعلان المنتجات على الإنترنت، وفي 2005 تم تحديث الشبكة وظهرت نسخة جديدة لها، حيث أتاحت النسخة الجديدة خاصية قائمة الأصدقاء، وإمكانية نشر الخبر مباشرة بدون التحويل لصحفات أخرى، وفي عام 2006 ظهرت النسخة الثالثة وصنفت الشبكة مع مواقع التكنولوجيا، العلوم، والأعمال، العاب الفيديو، ونتيجة للنمو المتزايد والسريع للأعضاء أنعكس ذلك سلبًا على بطئ زمن تحميل الشبكة وسميت هذه الظاهرة "Digg effect" من قبل البعض ومن قبل

آخرين "dugg to death". وفي عام 2007 تطورت شبكة "ديغDigg " كما نعرفها الآن وبدأت تستقبل 236 مليون زائرًا سنويًا حسب إحصائيات موقع [17] Compete.com.

12) موقع اوركيوت [18]orkut.com:

هي إحدي الخدمات التابعة لشركة جوجل، والتي تشبه وتنافس إلى حد كبير شبكة الفيسبوك، بحيث تتمتع هذه الشبكة بالعديد من الخصائص المتطورة، مثل : الدردشة بالصوت والفيديو، إرسال الرسائل القصيرة ، وإضافة الأصدقاء، وإدراج ألبومات الصور المتعلقة بالأعضاء، ورفع مقاطع الفيديو المفضلة لديهم ومشاركتها مع باقي الأصدقاء، وهناك العديد من المميزات التي تميز هذه الشبكة عن غيرها من الشبكات الاجتماعية المعروفة كالتحكم في تغيير شكل ولون خلفية الحساب الشخصي، ودمج العديد من التطبيقات، والتي تتمثل في بعض الألعاب أو الموسيقى أو حتى بعض الأفلام، كما توفر الشبكة خاصية البحث عن الأصدقاء وإضافتهم ومراسلتهم بالرسائل الخاصة أو المحادثة المباشرة بواسطة خدمة video chat التي توفرها الشبكة، هذا فضلاً عن خدمة إنشاء المجموعات على غرار شبكة الفيسبوك، حيث تتيح إمكانية إنشاء مجموعة خاصة بالأعضاء ودعوة الأصدقاء الى الإنضمام لها.

13) [19] Tagged.com :

تعد شبكة تاجيد شبكة إجتماعية تولي اهتمامها بسكان مدينة سان فرانسسكو وكاليفورنيا، حيث أسست الشبكة عام 2004 على يد جريج تسينج Greg Tseng، إذ تسمح للأعضاء بتصفح الملفات الشخصية للأعضاء الآخرين، ولعب الألعاب، ومشاركة الوسمات، والهدايا التخيلية، وتشير تقارير

الإحصاءات داخل الشبكة أنه في 28 سبتمبر 2011 قد بلغ عدد أعضائها 100 مليون عضو على مستوى العالم كما تستقطب 5.9 مليون زائرًا شهريًا على المستوى المحلي و18.6 مليون زائر على المستوى العالمى، هذا وقد اكتسبت الشبكة شهرة عالية من خلال الخدمات الاجتماعية والبريد الفوري التي تقدمه لأعضاءه مما جعلها تحتل 293 حسب ترتيب موقعAlexa خاص بتصنيف وتحليل مواقع الويب.

14) مكتوب [(20)] Maktoob.com:

شبكة إلكترونية عربية أشتهرت كأول شبكة تقدم خدمة البريد الإلكتروني باللغة العربية، هذا وقد تأسست الشبكة عام 1998 وكان على رأس فريق العمل ثلاثة مؤسسين، وهم: سميح طوقان خريج كلية الهندسة، وفادي غندور الرئيس التنفيذي لشركة أرامكس، وحسام خوري الخبير في إدارة الأعمال، والشبكة لم تنجح عربيًا فقط ولكن عالميًا. وأصبحت معروفة في جميع أنحاء العالم، حيث جمعت العديد من الشبكات الأجنبية أمثال اليوتيوب للأفلام المرئية والياهوو، وجوجل في البحث، وموقع أمازون لخدمة شراء الكتب إلكترونية والهوتميل في البريد الإلكتروني وفليكر في الصور.

هذا وقد أعلنت شركة Yahoo العالمية في 25 أغسطس 2009 إبرامها اتفاقية للاستحواذ على شركة Maktoob "مكتوب"، التي تضم أكثر من 16.5 مليون مستخدم، وأتى الإعلان عن الاتفاقية دون الإعلان عن الشروط المالية لهذه الاتفاقية.

15) نيت لوج[(21)] Net Log.com

صممت شبكة نيت لوج في بلجيكا على يد كل من لورنز بوجيرت، توون كوبينزLorenz Bogaert and Toon Coppens في يوليو عام

2003 كمنصة اجتماعية عريضة تستهدف على وجه التحديد الشباب الأوروبي في المقام الأول، وفي عام 2007 جذبت الشبكة 28 مليون عضو على مستوى العالم، وتزايد أعداد الأعضاء بشكل متنامي ليصبح 94 مليون عضو من الذكور والإناث في 2012 على مستوى العالم هذا وتعد الشبكة ناطقة بأربعون لغة كما تعطي فرصة لأعضاءها بالتواصل والاتصال الدائم مع أقرانهم وتوسيع شبكتهم الاجتماعية، هذا وقد تم تطوير الشبكة من خلال شركة ماسيف ميديا Massive Media NV الواقعة في غينت، بلجيكا، وكأى شبكة إجتماعية تقدم مجموعة من الخدمات منها إنشاء الحساب الشخصي، المدونات، رفع ومشاركة الصور وملفات الفيديو، وإقامه الفعليات ومشاركتها مع الاصدقاء، هذا وقد قامت شركة ماسيف ميديا بابتكار تقنية جديدة تهدف لجعل المحتويات موجهة حسب المنطقة ومخصصة لكل صفحة شخصية للأعضاء هذا وتشير الشبكة في صفحتها على الإنترنت أنها قد احتلت المرتبة الأولى، وفقًا لآخر الإحصائيات التي قامت بها شركة كوم سكور، حيث أشارت إلى أن تلك الشبكة قد أحتلت المرتبة الأولى في السوق الإلكتروني لدى بلجيكا، إيطاليا، النمسا، سوسيسرا، رومانيا، تركيا، بينما يحتل المرتبة الثانية في كل من هولندا، ألمانيا، فرنسا، البرتغال. إضافه إلى أنها من الشركات الرائدة في السوق الاوروبي.

16) موقع نينج [22] ning.com:

تعد منصة افتراضية تساعد الأفراد والمنظمات في إنشاء شبكات إجتماعية ذات طابع خاص، هذا وقد ظهرت في أكتوبر 2005 على يد كل من مارك أندرسين، جيانا بينشيني Marc Andreessen،Gina Bianchini

إذ تقدم مجموعة من الخصائص التشابكية من صور، والمنتديات، والأفلام، والمدونات.

2/5 عناصر التقييم

يشير هذا الجدول إلى العناصر التى أعدها المؤلف لتقييم وتحليل ابـرز سـتة عـشر (16) موقعـاً على الشبكة العنكبوتية، وهذه العناصر هى :

اولاً : البيانات الديموغرافية :

جدول (2) يوضح ديموغرافية* مواقع الشبكات الاجتماعية محل التقييم

الشبكة	عناصر التقييم								
	الإتاحة	ترتيب Alexa	ترتيبه على الشبكات	زمن تحميل الموقع	كم الزيارات اليومية	**سعة تناقل البيانات**	الإيرادات اليومية بالدولار	رأس مال الموقع بالدولار	أكثر الدول استخداماً
فيسبوك	✓	1	1	2.998 ثانية	72 مليون	15 تيرا	3 مليون	مليار	الولايات المتحدة
يوتيوب	✓	2	2	2.006 ثانية	54 مليون	4.5 تيرا	906 الف	332 مليون	الولايات المتحدة
كيوكيو	✓	3	3	1.213 ثانية	16 مليون	96 تيرا	271 الف	99 مليون	الصين
تويتر	✓	8	4	1.305 ثانية	17 مليون	1.6 تيرا	322 الف	99 مليون	الولايات المتحدة
لينكدإن	✓	9	5	2.152 ثانية	10 مليون	1.19تيرا	240 الف	119 مليون	الولايات المتحدة
فليكر	✓	12	6	1.437 ثانية	مليون	199.54 جيجا	39 الف	81 مليون	الولايات المتحدة
هاى5	✓	50	7	2.599 ثانية	900 الف	144.79 جيجا	4 الاف	14 مليون	الولايات المتحدة
لايف جورنال	✓	70	8	2.127 ثانية	مليون	1.125 تيرا	21 الف	7 مليون	الهند

* اعتمد المؤلف في معرفة البيانات الديموغرافية من خلال المواقع التى تحلل وتقيم مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقع اليكسا www.alexa.com، ستيت كروب http://www.statscrop.com ، كومسكور www.comScore.com ، فضلاً عن الولوج إلى المواقع نفسها للتأكد من البيانات.

تابع جدول (2)

الشبكة	عناصر التقييم								
	الإتاحة	ترتيب Alexa	ترتيبه على الشبكات	زمن تحميل الموقع	كم الزيارات اليومية	**سعة تناقل البيانات**	الايرادات اليومية	رأس مال الموقع	أكثر الدول استخداماً
بادو	✓	113	9	غير محدد	غير محدد	**غير محدد**	غير محدد	**غير محدد**	روسيا
ماى سبيس	✓	120	10	2.346 ثانية	160 الف	9.18 جيجا	100 الف دولار	800 الف دولار	غير محدد
ديج	✓	157	11	1.458 ثانية	387 الف	1.14 تيرا	3 مليون دولار	مليون دولار	الولايات المتحدة
اوركيت	✓	178	12	غير محدد	غير محدد	غير محدد	غير محدد	**غير محدد**	غير محدد
تاجد	✓	286	13	2.344 ثانية	213 الف	467.8 جيجا	11 الف دولار	4 مليون دولار	الولايات المتحدة
مكتوب	✓	293	14	غير محدد	غير محدد	غير محدد	غير محد	**غير محدد**	غير محدد
نانيج	✓	304	15	2.397 ثانية	193 الف	134.79 جيجا	3 الاف دولار	مليون دولار	الولايات المتحدة
نيت لوج	✓	369	16	1.781	21 الف	1.20 جيجا	237 دولار	49 الف دولار	فرنسا

ثانياً : الحساب الشخصى :

جدول (3) يوضح الحساب الشخصى للشبكات الاجتماعية

الشبكة	عناصر التقييم											
	خاصية (WYSIWYG*)	تعديل واجهة الحساب الشخصى	تخصيص الاكواد (HTML or CSS)	بناء URL شخصى	قائمة الاصدقاء	دعوة الأصدقاء	اتاحة صوره شخصيه	الحجم الاقصى لرفع الصور	بناء البومات الصور	كتابه التعليقات	بناء المدونات / الجرائد	انشاء التطبيقات
فيسبوك	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
يوتيوب	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
كيوكيو	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
تويتر	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
لينكدإن	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
فليكر	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
هاى5	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
لايف جورنال	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
بادو	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
ماى سبيس	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✗	✗
ديج	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
اوركيت	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✗	✓
تاجد	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
مكتوب	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
نانيج	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✗
نيت لوج	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗

ثالثاً : الجماعـــــــــــــــــات :

جدول (4) يوضح خدمة الجماعات فى الشبكات الاجتماعية

الشبكة	عناصر التقييم					
	إنشاء الجماعات	حريه عرضها واخفاءها	السماح للأعضاء بنشر الاخبار	ارسال الرسائل للأعضاء دفعة واحدة	السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة	اعطاء الصلاحيات لمدير الجماعة
فيسبوك	✓	✓	✓	✓	✓	✓
يوتيوب	✓	✓	✗	✗	✓	✓
كيوكيو	✓	✓	✗	✗	✓	✓
تويتر	✓	✓	✗	✗	✓	✓
لينكدإن	✓	✓	✗	✗	✓	✓
فليكر	✓	✓	✗	✗	✓	✓
هاى5	✓	✓	✗	✗	✓	✓
لايف جورنال	✓	✓	✗	✗	✓	✓
بادو	✓	✓	✗	✗	✓	✓
ماى سبيس	✓	✓	✗	✗	✓	✓
ديج	✗	✓	✗	✗	✓	✓
اوركيت	✓	✓	✗	✗	✓	✓
تاجد	✗	✓	✗	✗	✓	✓
مكتوب	✓	✓	✗	✗	✓	✓
نانيج	✗	✓	✗	✗	✓	✓
نيت لوج	✓	✓	✗	✓	✓	✓

رابعًا : الصفحات :

جدول (5) يوضح خدمة الصفحات فى الشبكات الاجتماعية

الشبكة	عناصر التقييم					
	إنشاء الصفحات	التقسيم الفئوى للصفحات	السماح للأعضاء بنشر الاخبار	ارسال الرسائل للأعضاء دفعة واحدة	السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة	اعطاء الصلاحيات لمدير الصفحة
فيسبوك	✓	23	✓	✓	✓	✓
يوتيوب	✗	قنوات	✗	✗	✗	✗
كيوكيو	✓	10	✓	✓	✓	✓
تويتر	✗	✗	✗	✗	✗	✗
لينكدإن	✗	✗	✗	✗	✗	✗
فليكر	✓	✓	✓	✓	✓	✓
هاى5	✗	✗	✗	✗	✗	✗
لايف جورنال	✗	✗	✗	✗	✗	✗
بادو	✗	✗	✗	✗	✗	✗
ماى سبيس	✗	✗	✗	✗	✗	✗
ديج	✗	✗	✗	✗	✗	✗
اوركيت	✗	✗	✗	✗	✗	✗
تاجد	✗	✗	✗	✗	✗	✗
مكتوب	✗	✗	✗	✗	✗	✗
نانيج	✗	✗	✗	✗	✗	✗
نيت لوج	✗	✗	✗	✗	✗	✗

خامسًا : الخصائص التشابكية :

جدول (6) يوضح الخصائص التشابكية المتاحة على الشبكات الاجتماعية

الشبكة	عناصر التقييم													
	غرف الدردشة	الرسائل الفورية	التيجان tags	النشرات Bulletins	المنتديات	البريد الإلكتروني	مشاركة ملفات	تفعيل الموبايل	تحميل الاغاني	تحميل افلام الفيديو	تحميل الافلام الشخصية	الالعاب	الاعلانات المبوبه	الاحداث Events
فيسبوك	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
يوتيوب	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗
كيوكيو	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
تويتر	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
لينكدإن	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓
فليكر	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
هاى5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓
لايـــف جورنال	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
بادو	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✓
مـــاى سبيس	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
ديج	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
اوركيت	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✓
تاجد	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓
مكتوب	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
نانيج	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓
نيت لوج	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓

سادسًا : البحث :

جدول (7) يوضح طرق وأساليب البحث المتاحة على الشبكات الاجتماعية

عناصر التقييم	فيسبوك	يوتيوب	كيو	تويتر	لينكد إن	فليكر	هاى 5	لايف جورنال	بادو	ماى سبيس	ديج	أوركت	تاجد	مكتوب	تايج	نيت لوج
باسم الشخص	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
E-mail	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
بالمدرسة	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
بالمدينة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
بالاهتمام	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
الكلمات المفتاحية	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
أصدقاء العمل	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

سابعًا: المساعدة والدعم الفنى :

جدول (8) يوضح المساعدة والدعم الفنى

عناصر التقييم	فيسبوك	يوتيوب	كيو كيو	تويتر	لينكد إن	فليكر	هاى 5	لايف جورنال	بادو	ماى سبيس	ديج	أوركت	تاجد	مكتوب	تايج	نيت لوج
عن طريق الإيميل	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
الأسئلة الأكثر شيوعاً	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
جماعات النقاش	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

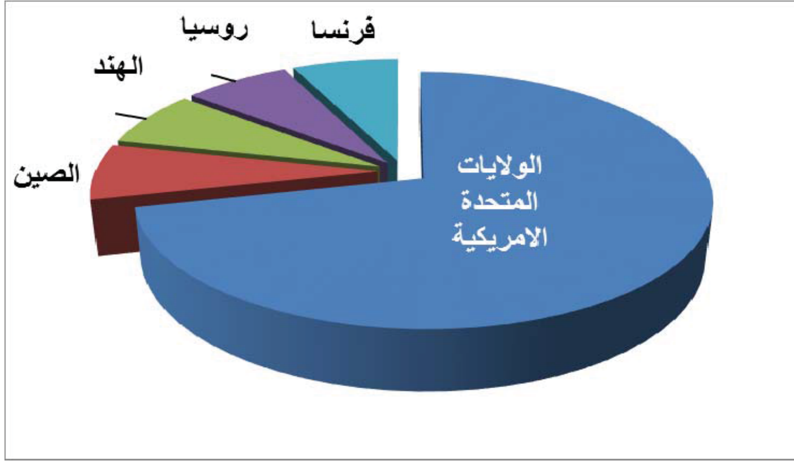
ثامنًا : لغات البرمجة وقواعد البيانات المستخدمة :

جدول (9) يوضح لغات البرمجة وقواعد البيانات المستخدمين فى مواقع الشبكات الاجتماعية

عناصر التقييم	فيسبوك	يوتيوب	كيو كيو	تويتر	لينكد إن	فليكر	هاي 5	لايف جورنال	بادو	ماي سبيس	ديج	أوركت	تاجد	مكتوب	تاينج	نيت لوج
Php	✓	✓	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
JavaScript	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ASP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HTML	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CSS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
MySql	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
SQL	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Orqal	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×

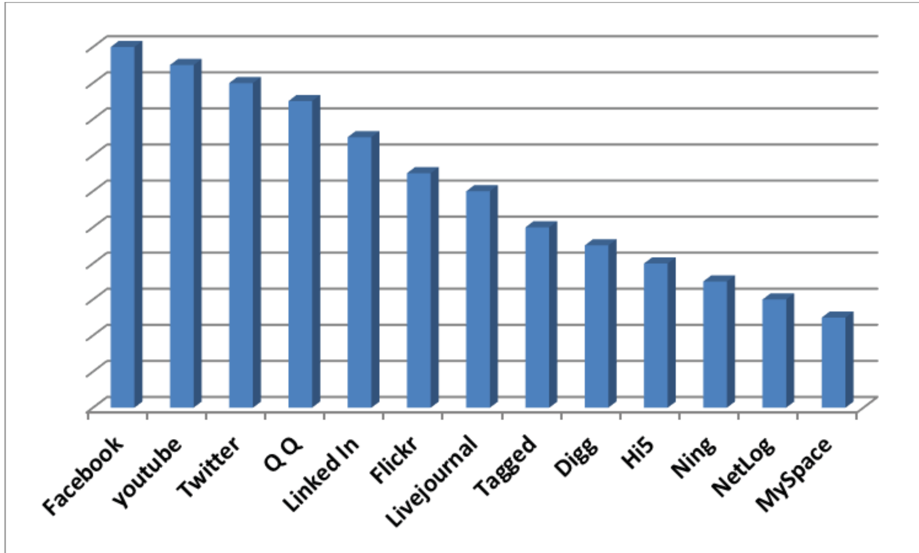
وبتحليل الجدوال السابقة يتضح أن هناك ثمة تشابه بين جميع شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث مجانية الدخول لها، التغطية العالمية، الدعم للغات المتعددة، توافق تلك الشبكات مع المتصفحات العالمية الأكثر شيوعاً بين المستخدمين، خلو محتواها من المحتوى غير اللائق.

وكما يتضح لنا من الجدول (2) والخاص بديموغرافية الشبكات الاجتماعية استحواذ الولايات المتحدة الأمريكية على النصيب الأكبر من حيث أكثر الدول استخدامًا لهذه الشبكات، إذ تمثل استخدامها نسبة 71 % من إجمالي الشبكات مقابل استخدامات باقي الدول.



شكل (1) يوضح أكثر الدول استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي

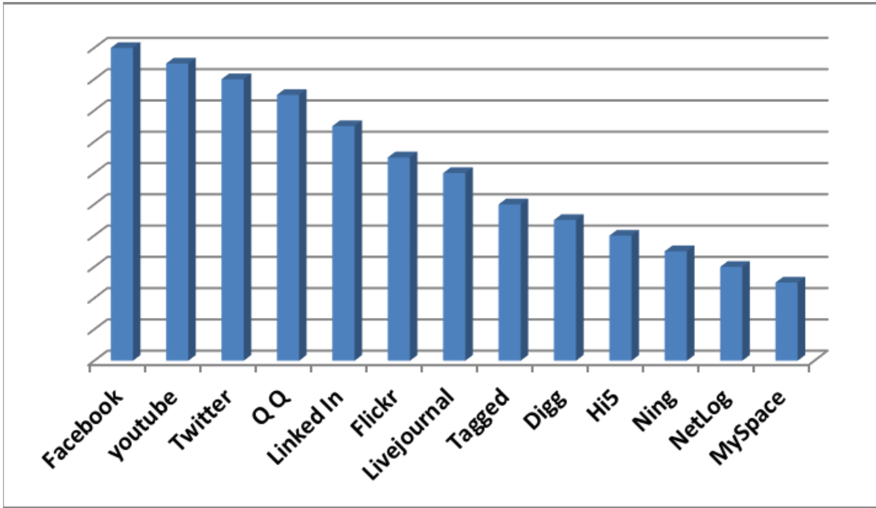
كما أن هناك ثمة علاقة طردية بين عدد الزيارات اليومية للشبكات وترتيبها، إذ يتربع الفيسبوك في الصدارة بعدد 705،223،72 زائر يوميًا، ويليه في المركز الثاني شبكة اليوتيوب بعدد 724،784،54 وبالقراءة الدقيقة للجدول السابق نجد أن هناك علاقة عكسية بين إجمالي عدد الزوار والمدة الزمنية المستغرقة لتحميل للشبكة فكلما، زاد عدد المستخدمين كلما زاد وقت التحميل، وقد يرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها: قلة عدد الخوادم بما يؤثر على وقت التحميل مع تزايد أعداد الولوج، طبيعة محتوى الشبكة، حيث ثبت بالتجارب أنه كلما تضمنت الشبكة كم كبير من الصور والفيديوهات والوسائط المتعددة كلما استغرق وقت طويل في التحميل - يظهر ذلك في شبكة الفيسبوك - على عكس باقي الشبكات التي تتضمن على نصوص وكم أقل من الوسائط المتعددة يكون وقت التحميل اقل .



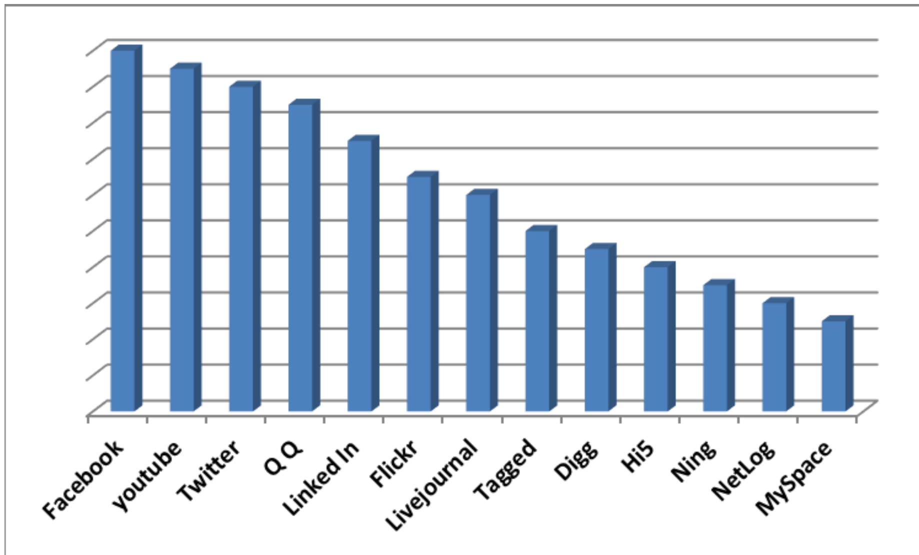
شكل (2) أكثر المواقع في زمن التحميل

وفيما يخص الجانب الاقتصادي والأرباح التي تجنيها تلك الشبكات نجد أن الفيسبوك جاء في المرتبة الأولى حيث تبلغ الإيرادات اليومية لـه 188،050،3 دولار أمـريكي وجـاء في المرتبـة الثانيـة تـويتر 888،710،119 دولار يوميًا، وجاء في المرتبة الثالثة اليوتيوب بإجمالي 208،906 دولار يوميًـا، ولعـل ذلـك يرجع إلى كثرة عدد المستخدمين لتلك الشبكات لاسيما رأس المال المرصود للشبكة مما يـشجع الـشركات للدعاية والإعلان بها، فنجد هنا أن رأسمال الفيسبوك قد تزايد في الفترة الأخيرة ليـصل إلى 751،805،115،1 دولار وخصوصًا بعد أن قررت إدارة الشبكة طرح أسهمها بالبورصة الأمريكية ؛ مما جعـل بـاقي الـشبكات أن تحتـذي بهـذا النمـوذج، وذلـك لجنـي الأربـاح الاقتـصادية ؛ ففـي نفـس الـسياق نجـد رأس مـال

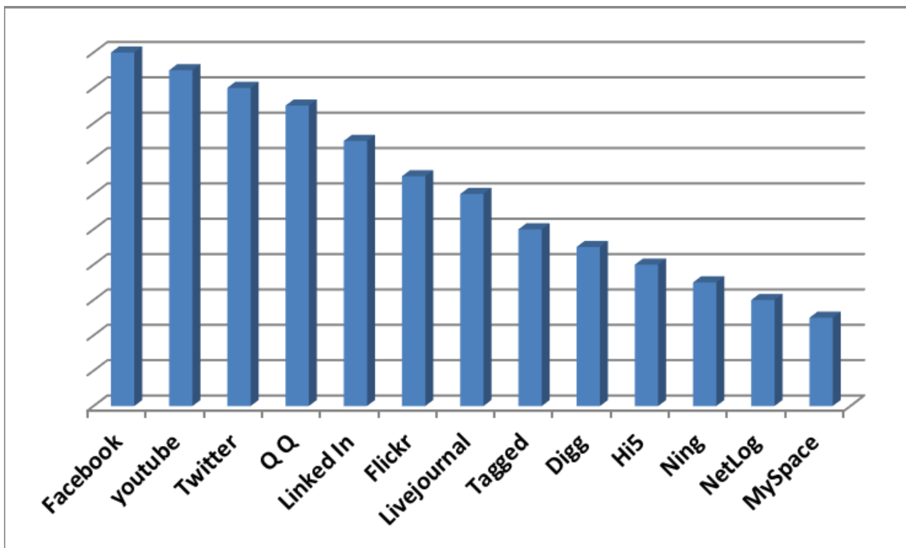
تويتر في المرتبة الثانية بمقدار 888،710،119 دولار، وفي المرتبة الرابعة موقع QQ الصيني بمبلغ 428،165،99 وإذا لاحظنا فسوف نجد أن الصين تأتي في المرتبة الرابعة بعد الشبكات الأمريكية (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) ولعل ذلك يرجع إلى القوة الاقتصادية الضاربة للصين وسعيها للتنافس مع القوى العظمى – الولايات المتحدة الأمريكية – إذ تأمل أن تكون هي القوة العظمى على مستوى العالم في الفترة القادمة، ويظهر ذلك في تنافسها في مختلف النواحي الإقتصادية والتعليمية والصناعية ... وغيرها. إذ تمثل تكنولوجيا المعلومات في الثلاثة عقود الأخيرة أحد أشكال القوى الناعمة في الهيمنة على الاقتصاد العالمى، ومن ثم الهيمنة على العالم بأسره.



شكل (3) يوضح أعلى المواقع من حيث رأس مال



شكل (4) يوضح أعلى المواقع من حيث الإيرادات اليومية



شكل (5) يوضح أعلى المواقع من حيث الإيرادات اليومية

هذا ويتضح من الجدول رقم (3) والخاص بالحسابات الشخصية أن شبكة الفيسبوك هـي الأكثر تطبيقًا للمعايير الواجب توافرها لمثل تلك الشبكات، حيث إنهـا تـوفر عـدة خـدمات، منهـا : تطوير صفحة الحساب الشخصي للمستخدم معتمـدة عـلى محـرر WYSIWYG الـذى يُعـد أحـد محررات لغة اتش تي أم أل HTML إذ يسمح بتعديل صفحة المستخدم بطريقة مرنة وخاليـة مـن أى شفرة بحيث تبدو مماثلة لتخطيط الصفحة الفعلى، حرية تعديل واجهات الاستخدام عبر تطبيق FBML، تخصيص الأكواد، بناء URL شخصي للأعضاء، بناء قائمة للأصدقاء، دعـوة الأصـدقاء، إتاحـة رفع الصورة الشخـصية للأعـضاء سـواء كانـت ثابتـة أو متحركـة، حريـة عـرض المنـشورات الخاصـة بالأعضاء أثناء غيابهم من خلال تطبيـق بوسـت بلانـر Post Planner، نـشر الـصور المتحركـة عـلى الحائط فى شكل فيديو صغير بصورة متحركة من خلال تطبيـق animated picture، ، حريـة إزالـة الروابط المضافة من الزائرين لصفحة الأعضاء، تفعيل الاشعارات الخاصة بالحسابات الشخصية عـبر الهواتف المحمولة، الحجم الأقصى لرفع الصور يبلغ 25 ميجا، بناء ألبومات الصور، كتابة التعليقـات، بناء المدونات، إنشاء التطبيقات ولعل السبب في ذلك يرجع إلى استخدام الشبكة في بنيتهـا إلى أكـثر من لغة للبرمجة، مثل: لغة البى آتش بىPhp، جافا سـكريبت JavaScript، إيـه أس بى ASP...إلـخ، وهذه اللغات تعد من اللغات كائنية التوجه التي تسمح بإضـفاء الـصور والرسـوم المتحركـة داخـل مواقع الويب بشكل عام، كما أن إدارة شبكة الفيسبوك تستعين بأشهر المبرمجين ومطورى الويب في العالم، مما يعطيهم القدرة على التطور السريع والابتكار في إنـشاء تطبيقـات مختلفـة تُـشبع حاجـة المستخدمين.

ومن جانب آخر نجد أن معظم الشبكات لاتوفر لمستخدميها حرية تخصيص اكواد CSS،HTML وربما يرجع ذلك إلى خوف مبرمجى تلك الشبكات من اتاحة الفرصة للمستخدمين من كتابة اللغات البرمجية واستخدامها فى عمليات الإختراق والقرصنة.

أما بالنسبة للتطبيقات فنجد أن معظم الشبكات تعزف عن توفير التطبيقات أو السماح للمستخدمين من بناء تطبيقات لهم ؛ نظرًا لأحتواء بعض التطبيقات على برمجيات خبيثة يمكنها جمع معلومات عن الأعضاء والأطلاع على ملفاتهم الشخصية ونشر الروابط العشوائية وبعض تلك التطبيقات له القدره على الوصول إلى كلمات المرور الخاصة بهم.

أما فيما يتعلق بالجدول رقم (4) والخاصة بخدمة الجماعات Groups فنجد أن شبكتي الفيسبوك وكيوكيو من أكثر الشبكات الاجتماعية تقدمًا لخدمة الجماعات* الافتراضية من حيث حرية عرضها أو اخفاءها، السماح للأعضاء بنشر الأخبار والتعليق عليها، إرسال الرسائل للأعضاء دفعة واحدة، تشغيل الاشعارات أو ايقاف تشغيلها لما ينشر داخل الجماعة، طرح الاسئلة، البحث عن منشورات فى إحدى المجموعات، التعليق عليها، اضافه الاشخاص، حذف المجموعات، السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة، أعطاء الصلاحيات لمدير الجماعة، التحكم فى خصوصية المجموعات، هذا وتسهل خدمة الجماعات التواصل مع مجموعات محددة من الأشخاص، مثل: العائلة، الزملاء...إلخ، كما يمكن للأعضاء داخل شبكة الفيسبوك بالإنضمام إلى ما يصل إلى 6000 مجموعة وإذا وصل أحد الأعضاء إلى هذا الحد فجب عليه مغادرة بعض المجموعات ؛ ولعل ذلك ما يؤكد على تدعيم تلك

* المجموعات هى مساحة خاصة تمكن الأعضاء من مشاركة التحديثات، والصور، الملفات النصية، ومراسلة الأعضاء المشتركين.

الشبكات لفكرة التواصل الاجتماعي بين المستخدمين، كما أن ذلك يبرز مدى تنافس دور الشبكات الاجتماعية الصينية (كيوكيو) لترتقي إلى مستوى شبكة الفيسبوك.

هذا ويوضح من الجدول رقم(5) أن كل من شبكة الفيسبوك، وشبكة كيوكيو، وشبكة فليكر تتيح إنشاء الصفحات، وهذه الخدمة أثبتت نجاحها منذ أول ظهور لها كما حيث تتيح عند إنشاء الصفحة اختيار نوعها تحت أى فئة من الفئات (التسلية - التعليم – التكنولوجيا – التجارة – الرياضة – الاقتصاد ...إلخ)، وهذا التقسيم يؤكد إلى أهمية تلك الخدمة، فمن خلالها يستطيع العضو إنشاء صفحات في مختلف المجالات الحيوية، ونشر المعلومات بها ليستفيد بها أكبر قدر من الأشخاص، هذا تتميز شبكة الفيس بوك بتقديم أكبر كم متنوع من الفئات للأختيار بينها (23) فئة بما يضمن جذب لعدد كبير من المستخدمين على حسب تنوع رغباتهم واختلاف اهتمامتهم، كما تتيح شبكة كيوكيو (10) فئات لتقسيم الصفحات عند إنشاءها، ونظراً لإختلاف طبيعة المحتوى التى تقدمه شبكة اليوتيوب نجد أنها استعاضت عن إنشاء الصفحات بإنشاء قنوات لبث المحتوى المرئي والمسموع للمستخدمين.

وفى هذا السياق يجب أن نشير إلى أن معظم الشبكات الاجتماعية توفر مجموعة من وسائل الحماية إذ نجد أن شبكة الفيسبوك تعد من أكثر الشبكات التي تتمتع بخصوصية وسرية للمعلومات حيث توفر مجموعة من الأساليب التي تمكن أعضاءها من منع أية محاولات لسرقة المعلومات الشخصية كالحجب، والإبلاغ عن الأشخاص المزعجين، والإبلاغ عن إساءة الاستخدام، كما قامت شبكة الفيسبوك بإجراء تحديث جديد لتسهيل عملية التعديل على حماية الخصوصية بسهولة ، حيث يمكنك التعديل على

خصوصيتك بشكل بسيط ومرن إذ قام بوضع أختصارات لأعدادات الخصوصية بجانب زر الصفحة الرئيسية .

كما قامت شبكة الفيسبوك بإجراء بعض التعديلات الجديدة فى حماية الخصوصية، ومنها وضع اداة جديدة لتمكن المستخدمين من حذف جميع صورهم، واداة أُخرى تمكن المستخدمين من معرفة ما يستطيعون المستخدمون الأخرون من رؤيته أو عدم رؤيته من صفحاتهم الشخصية .بالإضافة الى تعديلات جديدة تمكن المستخدمين من القدرة فى التحكم من التطبيقات التى يستخدمونها وذلك عن طريق اكتساب القدرة على منح اذن الوصول لبعض التطبيقات الى حسابك أو رفض عدم وصولها

وقد تضمنت تلك الاجراءات ثلاث أقسام فى إعدادات الخصوصية وهى :

القسم الأول : الخاص برؤية المحتوى :

ويتضمن هذا القسم 3 أعدادات لخصوصية المحتوى وتشمل :

1- من يستطيع رؤية المنشورات المقبلة اذا كنت تريد تخصيصها للجميع او لفئة معينة

2- مراجعة منشوراتك والصور التى تمت الاشارة اليك فيها حتى توافق بعرضها على حائطك او ترفض عرضها وذلك من سجل النشاطات.

3- اما الاعداد الثالث للخصوصية يمكنك استخدامه لتعرف كيف يشاهد أصدقائك بيومياتك والحساب الشخصي.

القسم الثانى : الخاص باعدادات الاتصال اللاحق : ويتضمن هذا القسم اعدادين للخصوصية وهما :

1- يختص بالرسائل التى تريد ان تصل اليك والرسائل التى لا تريد ان تصل اليك.

2- من يستطيع ارسال طلبات صداقة اليك ولك خيارين أما : 1- للجميع ، 2- أصدقاء الأصدقاء.

القسم الثالث: والخاص بكيفية منع المضايقات :

ويتضمن هذا القسم اعداد واحد فقط وهو الحظر أو الحجب لأى شخص ما على شبكة الفيسبوك وذلك حتى لا يتمكن أى مستخدم من مراسلتك او التحدث معك نهائيا او مشاهدة حسابك الشخصي وذلك بوضع أسم الشخص الذى يضايقك أو بريده الإلكتروني.

وبتحليل مدى توافر الخصائص التشابكية في الشبكات الاجتماعية الجدول رقم(6) يتضح أن شبكتى الفيسبوك، ودیج هما الأكثر تضمينًا للخصائص التشابكية الافتراضية والمتمثلة في : غرف الدردشة، الرسائل الفورية، التيجان، النشرات، المنتديات، البريد الإلكتروني، مشاركة الملفات، استخدام الموبايل فى الولوج، تحميل الأغاني، تحميل أفلام الفيديو، تحميل الأفلام الشخصية، الألعاب، الإعلانات المبوبة، الأحداث.

كما يتضح أفتقار كل من شبكة فليكر، وشبكة لايف جورنال، وشبكة اليوتيوب، شبكة بادوو من معظم الخصائص التشابكية والمتمثلة فى غرف الدردشة، التيجان، الأحداث، الألعاب.

كما يشير الجدول أيضًا تصدر شبكة الفيسبوك للمركز الأول بين الشبكات الاجتماعية الأخرى، وعلى الرغم من افتقار شبكة اليوتيوب لجميع الخصائص التشابكية إلا أنها تأتي في المركز الثاني بعد شبكة الفيسبوك من حيث نسبة الاستخدام، والسبب في ذلك يرجع إلى أن شبكة اليوتيوب تهتم بالمحتوى المعلوماتي في شكله المرئي، وهذه الفئة لها جمهورها العريض.

هذا وتدعم شبكة الفيـسبوك الـصور المتحركـة فى الرسـائل بإمتـداد (Gif) ، حيـث يمكـن للأعضاء تحميل اى صورة متحركة وأرسالها الى الأصدقاء فى الرسائل عبر أنشاء رسـالة وعنـد الـضغط عليها تظهر الصورة متحركة .

أما فيما يتعلق بخدمات البحث المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية جدول رقـم (7) يتـضح أن كل الشبكات سالفة الـذكر تتـيح خدمـة البحـث باسـم الـشخص، والبريـد الإلكـتروني، والمدينـة، الاهتمامات المشتركة، الكلـمات المفتاحيـة، وتتميـز شـبكة الفيـسبوك عـن نظيراتهـا بالبحـث باسـم المدرسة أو الجامعة. كما تتميز كل من شبكة الفيسبوك، وشبكة كيوكيو، وشـبكة لينكـدإن بالبحـث بأصدقاء العمل.

ويؤكد ذلك أن تلك الشبكات قد أصبحت تمامًا كمحركات البحث - والتي تـزداد فعاليتهـا كلما زاد كم المعلومات المتاح بمواقع الويب حيث تقوم بفهرستها، كما أن الشبكات الاجتماعية هـي الأخرى تظهر قوتها كلما ازداد عدد المسجلين فيها، إذ تعد وسيلة يمكن اللجوء إليهـا في حالـة رغبـة شخص أو جهة ما التواصل مع فرد من الأفراد والبحث عنه.

وفى نفس السياق تتميز شبكة الفيسبوك بتسجيل جميع عمليات البحث التـى يقـوم بهـا الأعضاء داخل حساباتهم الشخصية ففى كل مرة يقوم بها المستخدم بعمل استراتيجية بحث داخـل مربع البحث يمكن حفظها والرجوع إليها فى أى وقت، مع ضمان السرية التامة لها وعـدم اسـتطاعة أى شخص على الأطلاق الاطلاع عليها والوصول اليها.

هذا وقد أعلنت شبكة الفيسبوك فى وقت قريب عن أستعدادها لأطلاق محرك البحث الجديـد Graph Search ، والـذى يتميـز عـن غـيره بأنـه شـديد الدقـة فى النتـائج التـى يعرضـها لمـستخدميها، ويتميـز أيـضا هـذا البحـث بأنـه

يعرض نتائج البحث على شكل أجوبة لأسئلة يتم طرحها من المستخدم، كما أنه يقوم بالبحث فى تحديثات الصور والتطبيقات وأماكن المستخدمين وأهتمامتهم وماذا يشاهدون من أفلام وماذا يسمعون من أغانى، وأيضا بالبحث عن الاماكن اذا كنت قريبًا منها مثل البحث عن مطعم او نادى فى نفس نطاقك الجغرافى، كما يمكن التحكم بشكل مفصل فى البحث من خلال الادوات التى تظهر فى الشريط الايمن لصفحة البحث، وعندما لا تظهر اى نتائج تقوم شبكة الفيسبوك بعرض النتائج من محرك بحث بينج التابع لشركة مايكروسوفت كروابط فى صفحة النتائج.

كما تتيح شبكة لينكدإن للشركات الوصول لملايين المستخدمين المهنيين، كما تتيح أيضًا للمهنين في مختلف المجالات بتلقي العروض الوظيفية، وتكوين علاقات عمل مع زملاء فى نفس مجال العمل من مختلف أنحاء العالم.

ومن ناحية المساعدة والدعم الفني الجدول رقم (8) يتضح لنا أن هناك ثلاث طرق يلجأ إليها المستفيدون في حالة حدوث مشكلة عند إستخدامهم للشبكات الاجتماعية سالفة الذكر، ومنها إرسال الاستفسارات لمدير الشبكة من خلال خدمة البريد الإلكتروني المتاحة داخل الشبكة، وخدمة الأسئلة الأكثر شيوعًا، وجماعات النقاش، وهذا ما يؤكد على دعم تلك الشبكات لمستفيديها وحل المشكلات التي يواجهونها باستمرار. أما بالنسبة للغة البرمجة التي تعتمد عليها الشبكات الاجتماعية جدول رقم(9) في بناء تطبيقاتها، ويتضح لنا استخدام شبكتي الفيسبوك واليوتيوب لمجموعة من اللغات البرمجية كائنية التوجه، مثل: PHP،C++، Java، Python، Erlang، XHP وهي لغات تتطلب خبرة عالية في مجال تطوير مواقع الويب ولعل كثرة اللغات البرمجية

التي تستخدمها تلك الشبكات سبباً وراء رفع مكانتهما أمام باقي الشبكات الأخرى، إلا أنه من جانب آخر ظهر عيب أخر نتيجة لاستخدام أكثر من لغة برمجية، وهو ظهور الاخطاء البرمجية في شبكة الفيسبوك، حيث بلغت نسبتها 36 خطأ لغوي والجدير بالذكر أن شبكة الفيسبوك قد أنشأت لغة برمجية لنفسها تسمى FBML.

من العرض السابق يتضح عدم وجود اتفاق – حتى الآن – حول ماهية المعايير المقننة لتقييم وقياسات الشبكات الاجتماعية، على الرغم من وجود إلحاحًا متزايدًا على ضرورة التقييم من قبل المنشغلين في المجالات المختلفة لتلك الشبكات التي تمثل قنوات تواصل فعالة بين شعوب العالم أجمع، فضلاً عن خلو الدراسات العلمية العربية من المناقشات المتعلقة بالتقييم وقياسات الشبكات الاجتماعية على الرغم من توافر كم كبير من الدراسات العلمية الأجنبية التي تمس التقييم وقياس مدى كفاءة شبكة بعينها عن غيرها من الشبكات. كما يتضح وجود تأثير واضح يعكس أنماط التفاعل الاجتماعي بين البشر عبر الشبكات الاجتماعية من خلال حجم المشتركين فيها، فهي تضم مئات الملايين من المستخدمين في تفاعلات اجتماعية عبر العالم، وتأكيداً لتلك النتائج فقد قدر تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية حول الشبكات الاجتماعية وحجمها على الإنترنت أن عدد الشباب العرب المشتركين بشبكة الفيسبوك قد وصل إلى 27 مليون شاب عربي حتى عام 2010 ويعد هذا الرواج مؤشر على مكانة وسائل الإعلام المجتمعية في حياة الشباب. هذا وتعد شبكات الاجتماعية هي الأكثر انتشارًا على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تقنية تفاعلية متميزة، مما شجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على

المواقع الإلكترونية، حيث ألغت هذه الشبكات الحواجز الإنسانية والجغرافية والعمرية والزمنية وجعلت الأشخاص تتواصل في شتى أنحاء العالم بحرية وتستفيد من الآراء والأفكار.

مصادر الفصل الخامس

1- Redmond، Fiona.(2010) .Social Networking Sites: Evaluating and Investigating their use in Academic Research. Dissertation. Dublin Institute of Technology. P40.

2- BARRIGAR، J.(2009). Social Network Site Privacy: A Comparative Analysis of Six Sites.Canada: The Office of the Privacy Commissioner of Canada. P8.

3- CASSIDY، J. (2006).Me media: How hanging out on the Internet became big business. The New Yorker، .82 (13)، 50. Retrieved From: http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassid.

4- Redmond، Fiona. Ibid.

5- http://www.comScore.com .

6- http://www.statscrop.com/www/facebook.com Access in :2/2105.

7- Redmond، Fiona. Ibid.

8- Xu Cheng Cameron Dale Jiangchuan Liu.(2008) Statistics and Social Network of YouTube Videos.- Quality of Service، 2008. IWQoS 2008. 16th International Workshop.p229-230 Retrieved From : http://www.cs.sfu.ca/~jcliu/Papers/YouTube-IWQoS2008.pdf

9- http://www.alexa.com/siteinfo/qq.com

10- Ben-Ari، Elia.(2009). Twitter: What's All the Chirping About?.- Jstor.- Vol.59، No.7، .- California: Institute of Biological Sciences. P5 Retrieved From: http://www.jstor.org/stable/10.1525/bio.2009.59.7.19

11- http://www.linkedin.com/info

12- Chaa، Meeyoung ، Ahnc ،Yong-Yeol .(2011). Delayed information cascades in Flickr: Measurement، analysis، and modeling.- Korea: a Graduate School of Culture Technology،.p7 Retreived from : http://www.sciencedirect.com.dlib.eul.edu.eg/science/article/pii/S1389128611003951

13- http://www.Hi5.com

14- Zafarani ، Reza. Cole ،William D. .- Sentiment Propagation in Social Networks: A Case Study in LiveJournal .- springerlink.- Vol6007/2010،p 415. Retrieved From: : http://www.springerlink.com.dlib.eul.edu.eg/content/ug45k33x277r7632/fulltext.pdf

15- http://www.badoo.com

16- http://www.myspace.com

17- http://www.digg.com

18- http://www.orkut.com

19- http://www.tagged.com

20- http://www.maktoob.com

21- http://www.netlog.com

22- http://www.ning.com

الفصل السادس

استثمار تقنيات الشبكات الاجتماعية في المعرفة البشرية

0/6 تمهيد :

بداية فقد ظهرت مجموعة من التقسيمات المتعلقة بالمعارف في التّراث الإنساني؛ فمثلًا هناك من يصنفها من حيث طبيعتها العامة، فهي: " تجريبيّة أو نظريّة (تجريديّة) ". وهناك من يقسمها على أساس الموضوع، فهي: "طبيعيّة أو إنسانيّة أو اجتماعية ". وهناك من قسمها على أساس مراحل التّطور التّاريخي الّذي مرت به معرفة الإنسان، فهي: "حسيّة ثمّ تأمليّة (روحيّة) ثمّ علميّة تطبيقية. ولكن مع النمو المتزايد والمفرط للمعارف البشريّة ومن ثم إجراء المزيد من الدّراسات والبحوث في المجالات البحثيّة المختلفة كان لابد من إعادة النّظر في هذه التّصنيفات القديمة، لذلك فقد ذهب بعض الباحثين إلى تصنيف المعرفة البشرية على مختلف أنواعها وأقسامها في إطار ما يسمى بـ "الإبيستيمولوجية العامة " أو "نظرية المعرفة العامة" "General Theory of Knowledge" إلى خمس فروع أساسّية، هي: (المعرفة الأُسطوريّة - المعرفة الفنيّة - المعرفة الدينية - المعرفة الفلسفيّة -

المعرفة العلميّة) وهناك من ذهب إلى تقسيم المعرفة البشرية إلى اربعة قطاعات وهم : قطاع العلوم البحتة - العلوم التطبيقية - العلوم الانسانية - العلوم الاجتماعية. ويحاول هذا الفصل القاء الضوء على كيفية تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المجالات المختلفة في المعرفة البشرية [1].

1/6 الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في مجالات المعرفة البشرية :

أولاً : الشبكات الاجتماعية ومجال التعليم [2] :

وفرت مواقع الشبكات الاجتماعية لمستفيديها تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم ومن ثم إتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة وأصبحت تلك المواقع لاتؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي بل امتدت لتشمل حياة المستفيدين منها : اجتماعيًا، سياسيًا، ثقافيًا، دينيًا. وبدأ البعض في إنشاء صفحات تعليمية تفاعلية داخل تلك الشبكات. وهنا يتجلى أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة المتضمنة داخل تلك الصفحات التعليمية إذ تساعد على اكتساب الخبرات، وتنمية المسؤولية من خلال هذه الأنشطة والتفاعل بين الأفراد، وتمكن تلك الصفحات التعليمية المتضمنة داخل تلك الشبكات مستخدميها من التجمع في كيانات اجتماعية افتراضية مترابطة تشابه الكيانات الواقعية فيما يسمى بمجموعات العمل، وبالتالى أصبحت شبكة التواصل الاجتماعي من الوسائل المهمة والمؤثرة على مستوى العامة وخاصة في المجال التربوى، حيث تؤثر بشكل ملحوظ في توعية الأفراد، وإكسابهم معلومات ومهارات واتجاهات، وتعتبر أداة مهمة من أدوات التغيير والتطوير، وقد اعتمدت معظم المؤسسات التعليمية على شبكات التواصل الاجتماعي في نشر أخبارها والتواصل مع الطلاب والمعلمين وتبادل

الآراء والإجابة على الاستفسارات كقناة اتصال مستمرة بين المؤسسة التعليمية وجميع العناصر التعليمية.

إن سمات هذا العصر تفرض على المعلمين أن يمتلكوا القدرة على التعلم الذاتى والمستمر والتنمية المهنية وإثقال خبراتهم التكنولوجية، وهذا لايتأتى إلا إذا كان المعلم مدفوعًا بدافعية داخلية تفرضها البيئة التعليمية التكنولوجية بحيث تحثه على التعلم والاستمرار به.

هذا ولقد أقتحمت شبكات التواصل الاجتماعي حياتنا اليومية لدرجة أن المشتغلين بالعملية التعليمية والتدريس قد أدمجوا استخدامها في استراتيجياتهم التدريسية للتواصل الداخلى والخارجى، وبالنسبة للتلاميذ فإنهم سبقوا مؤسساتهم إلى فضاءات المشاركة الرقمية ليس هذا فحسب وإنما تجدهم يتقنون التعامل معها أكثر من الكبار، على الاقل في جانبها التقنى البحت.

ومع الانتشار المتزايد في استخدام الهواتف الذكية، تغلغلت الشبكات الاجتماعية في حياتنا اليومية حتى أصبح من المستحيل على كثير منا الاستغناء عن تلك التقنيات في مناحى حياتنا أو أن يلبث أكثر من عشر دقائق دون إلقاء نظرة على هاتفه الذكي، لكى يرسل " تعليقاً " أو يبدى أعجاباً أو أن " يوسم Tagging شخصاً " أو يلقى نظرة على حائط Wall إحداهم عبر شبكة الفيس بوك. فحين تفتح مدرسة حسابًا على شبكة الفيس بوك أو تويتر فهى تدعو بهذا التصرف كافة أعضاء الأسرة التربوية إلى الالتحاق بهذه الشبكات الاجتماعية، وهذا في حد ذاته ليس خطأ، لكن هل قامت المدرسة بواجبها وفكرت في هذه الخطوة وقيمت المسؤوليات المترتبة عليها؟ وهل تم إعداد المعلمين وتأهيلهم وتدريبهم على كيفية الاستفادة والاستخدام في العملية التعليمية ؟

لقد كانت شبكات التواصل الاجتماعي سيدة الموقف في مؤتمر التعليم الإلكتروني والتعلم عن بعد الذي عقد بالرياض عام 2013م، فلقد أجمع عدد كبير من المتخصصين بالتعليم الإلكتروني على أن الشبكات الاجتماعية تمثل بيئة مناسبة للتعليم والتدريب بأسلوب مختلف عن التعليم التقليدى الذي تعودنا عليه، فهو تعليم وتدريب منفتح يعتمد التواصل والمشاركة في العملية التعليمية وكبديل عن المحاضرات التقليدية والتلقين.

ولاعجب في ذلك فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منتشرة بيننا بل وعلى الأجهزة المحمولة وأصبحت جزءاً من حياتنا اليومية وبالتالى فإن استخدامها كوسيلة للتعليم سيكون أمراً طبيعياً بالنسبة لنا لايمثل عبئاً بل يخلط المتعة بالعلم ويكسر احتكار الغرف المغلقة للمعرفة والتدريب. وبالتالى لايوجد أى عذر لأى معلم في أن ينمى مهاراته نمواً متميزاً من خلال استخدام تلك الادوات البسيطة والفعالة، ولم يعد هناك أى مبرر للإصرار على الأسلوب التقليدى في التدريب والتعليم، فقد ثبت بالتجربة العملية فعالية تلك الوسائل في تقديم تدريب مختلف ودون تكاليف عالية ودون حاجة لانتظار الدولة حتى تبادر إلى تطبيق استراتيجياتها للتعليم الإلكتروني.

هذا **ويمكن للمعلم أن يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية من خلال الاساليب التالية :**

1) إنشاء وتصميم مدونة إلكترونية صغيرة داخل الشبكات الاجتماعية تحمل المادة الدراسية التى يقوم بتدريسها بحيث تحتوى على شرح مفصل للمادة العلمية بجانب مجموعة من التمارين المرافقة لها في شكل ملفات نصية في صيغة ملفات (Word – PDF) فضلاً عن تدعيم المادة العلمية بروابط لمواقع ومقالات ذات صلة تعمل على توسيع أفاق الطلاب وتخرجهم عن

قيد الكتاب الدراسى التقليدى دون أى اخلال بالمادة العلمية وتشجيعهم على عدم الاعتماد على مصدر تعليمى واحد مما يعزز من روح الإبداع والابتكار.

2) **تعزيز المعلم لمادته العلمية بملفات الفيديو من شبكة الإنترنت :** تعد الملفات السمعية والمرئية من مصادر المعلومات التى تساهم في استيعاب الطالب للمادة العلمية بشكل أفضل، وهذا لايتطلب من المعلم أن يقوم بنفسه بتسجيل تلك المواد أو إعدادها، فشبكة الإنترنت مليئة بألاف مقاطع الفيديو التعليمية على موقع اليوتيوب ولا يحتاج المعلم إلا أن يبحث عن المقاطع المناسبة ويضيفها للمدونة ويطلب من طلابة مشاهدتها في المنزل ثم يناقشها معهم في الصف أو يقوم بعرض المقطع في الصف الدراسى ويناقشها معهم بشكل مباشر، فهذا بلاشك سيوفر تعليماً متميزاً للطالب أياً كان مستوى مدرسته أو معلمه.

3) **البحث عن مواد تعليمية مناسبة للموضوعات الدراسية وعرضها بطريقة جذابة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي :** لأن المعلم لم يعد مصمماً ولا مهندسًا معلوماتيًا، ولا حتى معد لأنشطة تربوية التى تستغرق وقتًا طويلاً، وهو مثل الجميع، له حياة شخصية يجب عليه الاهتمام بها. وبالمقابل فإن الاستخدام المناسب للمحتويات الرقمية المعدة سلفاً، سيمكن المدرس من إتاحة الوقت الكافي للشرح ولإنجاز المشاريع مع التلاميذ وللتجارب التطبيقية. وهكذا يصبح الوقت المخصص للواجبات مقتصراً على التمارين المنهجية (ذات التصحيح الإلكتروني) وتمارين ترسيخ المعلومات والبحث أو الانتاج الفردى، لذا يجب التركيز على تدريب المعلمين على استخدام مواد جاهزة أعدت بتقنيات عالية بواسطة

متخصصين، وعلى تطبيق استراتيجيات تربوية ملائمة من أجل إيصال رسالتهم النبيلة.

4) **استخدام المجموعات المغلقة Closed Groups التى يوفرها موقع فيسبوك :** كأحد أهم الوسائل الناجحة في تعزيز التعليم حيث يمكن للمعلم أن ينشئ مجموعة علمية على الفيسبوك منحصرة فقط على طلاب الفصل أو المادة التى يُدرسها ويدعو طلابه للانضمام إليها فيتيح لهم من خلالها النقاش والحوار حول مواضيع لها علاقة بالمادة الدراسية يقوم هو أو الطلاب بطرحها، مما يشجعهم على التفاعل والمبادرة والاستكشاف والاعتماد على النفس دون أن يضيف إليهم عبء تعلم برامج إلكترونية معينة أو جهد خاص للحصول على المعرفة.

5) مساعدة الطلاب على إضافة التعليقات وإبداء الاعجاب مما يعزز الحوار والتبادل المعرفي بين جميع الطلاب.

6) **تصميم الفاعليات والمناسبات Events.**

7) استخدام التطبيقات APS المتاحة على الشبكات الاجتماعية من خلال تصميم الألعاب الرقمية التى يمكن أن تخدم العملية التعليمية بحيث تتوافر في تلك الألعاب عناصر أساسية تتمثل في (الهدف – القواعد – المنافسة – التحدى – الخيال – الترفيه).

هذا وقد سجلت رابطة هيئات المدارس القومية بالولايات المتحدة الأمريكية في تقرير لها أن 60 % من تلاميذ المدارس الامريكية الذين يستخدمون المواقع الاجتماعية يتحدثون في مواضيع تعليمية، كما أن أكثر من 50 % منهم يتخاطبون بالتحديد في مواضيع خاصة بالواجبات الدراسية، لذا

كان على العديد من المؤسسات التعليمية التواجد عبر هذه المواقع للإستفادة منها [3].

وفي دراسة Yalsa **(جمعية خدمات المكتبات للشباب)** [4] والمنشورة عام (2006) بعنوان: استخدام المراهقين للشبكات الاجتماعية داخل المكتبات العامة والمدرسية : دليل خاص لأمناء المكتبات والعاملين بالمكتبة هدفت إلى وضع دليل خاص لأمناء المكتبات والعاملين بالمكتبات وطلبة المدارس بشيكاغو لاستخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية والخدمات التى تقدمها على ضوء ما هو مستخدم بالفعل، وأيضاً التعرف على التواجد والمشاركة للفئات سالفة الذكر داخل مواقع الشبكات الاجتماعية وكون تلك المواقع عامل مساعد لتعليم الطلاب في المدارس والمكتبات وقد خلصت إلى مجموعة من النتائج أبرزها :

1- أن مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لها القدرة على دعم العملية التعليمة وتحسين أنماط القراءة والكتابة بين طلاب المدارس من خلال (إنشاء حساب شخصى لكل طالب، تدوين التعليقات بالمدونات، إضافة وحذف محتوى جديد على الموسوعات مفتوحة المصدر على الإنترنت Wiki، البحث عن المحتويات داخل صفحات المواقع).

2- استخدام المدارس بشيكاغو المدونات لنشر المعلومات الإخبارية والعمل على تحديثها بصفة دورية.

3- إعتماد المدرسون على مواقع الشبكات الاجتماعية في التعليم داخل فصول الدراسة، حيث أصبح للغالبية العظمى من المدرسين صفحات خاصة بهم يتم من خلالها شرح المناهج الدراسية وإتاحتها للطلاب إعتمادًا على

الملفات السمعية والبصرية وتخصيص وقت لتلقى الأسئلة والإستفسارات وكتابة الملاحظات حول المادة العلمية المشروحة.

1- إنشاء المكتبات العامة بشيكاغو صفحات لها داخل مواقع الشبكات الاجتماعية وبالأخص موقع ماى سبيس تكون بمثابة أداة تواصل مع الأطفال والشباب داخل شيكاغو، وتسمح تلك الصفحات بالولوج إلى فهارس تلك المكتبات، وتوفير أدوات البحث المختلفة، كما تشتمل على معلومات للخدمات والبرامج التى توفرها المكتبة والتى يمكن أن يشترك فيها الأطفال والشباب.

ثانياً : الشبكات الاجتماعية وتنمية الوعى السياسي والاجتماعي (5) :

يلعب الإعلام الجديد أو ما يعرف بـ (شبكات التواصل الاجتماعي) دورًا بارزًا في تشكيل وبلورة الوعي السياسي للشباب من خلال تزويدهم بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعييم أو تغيير ثقافتهم السياسية، واستعدادهم للعمل العام، إذ يشار الى الوعي السياسي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الانسان للعالم على نحو عقلى أو وجدانى ويتجلى الوعي الإنسانى في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالاً متنوعة من الوعى، كالوعي الديني والوعي العلمي، والوعي السياسي، والوعي الأخلاقى. ومن هذا المنطلق يمكن القول أن السياسة هو الحالة التي يمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة و يتخذون من هذه القضايا موقفًا معرفيًا ووجدانيًا في آن الوقت، فهناك من يعرف الوعى السياسى على أنه مجموعة من القيم والإتجاهات والمبادئ السياسية التى تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى

التحرك من أجل تطويرها وتغييرها وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصال الاجتماعية يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية والتي دار حولها ولايزال جدل كبير من قبل المتخصصين. فمنذ مطلع العام 2011م . نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحولات في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً هاماً في حشد وتشكيل الرأى والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية.

والوعي الاجتماعي عند شالم الهمزانى هو محصلة تفاعل الأشخاص في إطار واقع اجتماعي معين وإنصهار مدركاتهم وتصوراتهم وأحاسيسهم الذاتية أو الموضوعية في صيغة حقائق معرفية وقناعات إيمانية وتصورات ومسلمات، وميول ومشاعر واتجاهات وأنماط سلوك جماعية تعكس معطيات ذلك الواقع الاجتماعي الكائن بما يشتمل عليه من أبعاد ومتغيرات مسبقة: بشرية، سكانية و بيئية وإقتصادية مهنية ومعيشية وحضارية وتاريخية وثقافية وتنظيمية الى غير ذلك من الأبعاد والمتغيرات الأخرى. وهو يكتسب ويتغير في إطار علاقته التأثيرية التبادلية بهذا الواقع إضافة إلى الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيدين السياسي والتجاري، فإن هذه الشبكات لها قدرات كبيرة في مجالات أخرى مختلفة على الصعيد الاجتماعي مثل التعليم، الرعاية الصحية، التسويق، عمليات التطوع الاجتماعي، محاربة الغلاء، والغش، كما استفادت منها ووظفتها المنظمات

الخيرية غير الربحية في أداء أعمالها للوصول إلى المانحين والمستفيدين في نفس الوقت والتعريف بأنشطتها وغير ذلك.

ثالثًا : التواجد الاعلانى لشركات السياحة على شبكات التواصل الاجتماعي (6):

الاعلان الإلكتروني هو جزء من التسويق الإلكتروني ومن خلاله يمكن للشركة ان تتواصل مع العملاء وتعلن عن نفسها وعن خدماتها، بل وتشرك العميل في اعداد الخدمة التى تتناسب مع احتياجاته وامكانياته، وكذلك التعرف على اوجه القصور والضعف في الخدمة من خلال الاستماع لآراء العملاء ومحاولة استعادة الخدمة مره اخرى والوصول لرضا العملاء. وقد يعتقد البعض ان الاستماع لآراء العملاء قد يؤثر سلباً على غيرهم، انما في الواقع قد يعطى الفرصة للتوضيح وجذب العميل مرة اخرى مع محاولة استعادة الخدمة مما يؤثر ايجابياً في عملاء آخرين قد تأثروا بالفعل من تجربة العميل غير المرضيه. وبذلك يمكن جذب هذا العميل غير الراض وغيره ممن تأثروا سلبًا عن طريق الكلمة المتداولة.

وهناك اعتبارات يجب على الشركة السياحية ان تراعيها عند استخدام الاعلان الإلكتروني تتمثل في تهيئة نظام معلومات كفء يتيح تقديم المعلومة التى تتوفر فيها الصدق، الدقة، الشفافية، الكفاءة والفعالية مع التحديث المستمر لتلك المعلومات والمراجعة المعلوماتية المستمرة ومتابعة رد فعل العملاء وتعليقاتهم تجاه محتوى الاعلانات والخدمات التى تقدمها الشركة من خلال الموائمه مع المنشآت السياحية الاخرى مثل الفنادق والقرى السياحية وشركات الطيران وغيرها .والتواصل الإلكتروني مع غرفة شركات السياحة وهيئة

تنشيط السياحة، ومن اجل مواكبة التقنيات الحديثة واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هناك بعض التحديات :

1) **التحديات التقنية:** وتتمثل في النواحى التقنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات وأنظمة التشغيل، فهناك نقص واضح في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات التى تنظم عمل السياحة الالكترونية عبر الإنترنت. مما يستدعى تطوير المنظومة الفكرية للشركات السياحية وذلك بما يتناسب وملاحقة التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات حتى لا تعانى من التقادم المعلوماتى نتيجة هذا التطور، مما يعرضها لعدم ملائمة امكانياتها التكنولوجية وفعالية المواقع الالكترونية .

2) **التحديات الاجتماعية** : إن المجتمع بكل هيئاته ومؤسساته وأفراده مطالبين بتوفير مناخ ثقافي وبيئة قانونية مناسبة للسياحة الإلكترونية، ولا تزال شريحة كبيرة من الأفراد في الدول النامية تتصف بمحدودية الوعى بالسياحة الإلكترونية وتداعياتها وآثارها على الفرد والمجتمع، ويفتقرون إلى الحد الأدنى من المعرفة بهذا المفهوم الحديث للسياحة وكيفية الاستفادة منها.

3) **التحديات القانونية:** واجهت أنشطة السياحة الالكترونية في بدايتها العديد من المشكلات القانونية واستطاعت التشريعات الأمريكية الحديثة للتجارة الالكترونية وتوجهات الاتحاد الأوروبى بتذليل بعضا منها. وتتجسد هذه العقبات القانونية حول أثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية والسياحية وأهمها : عدم الكشف عن هوية المتعاملين أو التأكد من صحة البيانات الشخصية الخاصة بهم . مع حماية حقوق الملكية

الفكرية من الاعتداء غير المشروع . وكذا حماية العميل من أنشطة الاحتيال المباشر على الشبكة ومن المواقع الوهمية أو غير الاخلاقية .بالاضافة الى حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد، وقبول التوقيع الإلكتروني. واخيرا إشكالية وسائل الدفع الإلكتروني، وتأمين الحماية القانونية والتقنية للمتعاملين من الاعتداء غير المشروع على بطاقات الائتمان والمعاملات المالية الإلكترونية.

- تحديات ترجع لنقص المتطلبات اللازمة من جانب الشركات السياحية حيث يتطلب الاعلان الكترونى كفاءات فنية عالية المهارة ومراجعة معلوماتية مستمرة ، وكذلك تخصيص وقت ومال من أجل ادارة تلك المواقع والمحافظة عليها ويمكن تلخيص بعض مزايا الاعلان الإلكتروني فيما يلى ،

أولاً المزايا لشركات السياحة : وتتمثل في الاتى :

- امكانية التسويق الناجح.
- تخفيض التكلفة
- التواصل المستمر مع العملاء .
- ضمان جودة الخدمات السياحية.

ثانياً المزايا للعميل وتتمثل في :

- خدمة مستمرة.
- سهولة إجراء المقارنات وحرية الاختيار.

ح- انخفاض اسعار الخدمات.

- تحقيق رضا العملا.

رابعاً : الشبكات الاجتماعية والتسويق [7]:

عـرف التـسويق عـبر المواقـع أو الـشبكات الاجتماعيـة بأنـه اسـتخدام شـبكات التواصـل الاجتماعي والمدونات والويكي وأي أدوات مشاركة أخـرى عـلى الإنترنـت بهـدف التـسويق أو البيـع أو العلاقات العامة أو خدمة الزبائن، هذه الأدوات تتيح للزبائن إمكانية التفاعل مـع الـشركات التجاريـة بدلاً من أن يكونوا مجرد هدف لوسائل أحادية الاتجاه من تلك الـشركات، كـما أنهـا تتـيح للمـنظمات إمكانية فتح قنوات إتصال مع هؤلاء الزبائن والتواصل معهـم بـشكل تحـاوري. كـما يـرى الـبعض أن التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد المكونـات الرئيـسية للتـسويق ، وهـي "عبـارة عـن أداة لتحليل ومعرفة سلوك الزبائن وفرصة للتعرف على رغباتهم لتحليلها ومحاولة تلبيتها حسب رغبـاتهم، كون أن الزبـون يعـد الركيـزة الأساسـية وأسـاس العمليـة الإنتاجيـة في كـل الإسـتراتيجيات التـسويقية الناجحة، وذلك لتوسعها في المجال التجاري وذلك من خلال إقامة علاقات مع الزبائن وإتاحـة الفرصـة لهم لإبداء آراءهم وتعليقاتهم في التعديلات والتطورات التي تدخل عن المنتج".

التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي "هـو اسـتغلال الـشركات للـشبكات الاجتماعيـة لأغراض تسويقية من خلال تحديد وتحليل المحادثات والمشاركة والشروع في التفـاعلات الاجتماعيـة داخل المجتمعات واستعمالها ".

يعد الإعلان من أبرز أشكال المزيج التسويقي، وأحد الأنشطة الرئيسية في التسويق وذلـك كونه وسيلة لترجمة الأفكار والمعلومات إلى أذهان الناس بهدف تحفيـزهم وإقنـاعهم بفكـرة مـا أو تغيير رأيهم اتجاه مفهوم ما، وهذا النشاط قديم قـدم التعـاملات الإنـسانية إلا أنـه شـهد تطـورات وقفزات نوعية، ولعـل مـن أبـرز المفـاهيم الرائجـة في هـذه الاونـة الإعـلان عـبر شـبكات التواصـل

الاجتماعي. فالإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو مصطلح يستخدم لوصف أحد أشكال الدعاية عبر الإنترنت التي من دورها أن تركز على مواقع الشبكات الاجتماعية، و تكمن أحدى الفوائد الرئيسية للإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، تويتر، ماي سبايس ، بيبو وأوركيت ...إلخ) أن المعلنين أو صاحبي الإعلان يمكنهم الاستفادة من معلومات المستخدمين الديمغرافية واستهداف إعلانتهم بشكل مناسب. لذا فإن غالبية الشركات العالمية والمحلية توجهوا إلى هذا النوع من التسويق والاستثمار فيه، للإستفادة من مزاياه الجمة، خاصة كون الزبائن لا يثقون كثيرا في صحة المعلومات التي تقدمها الشركات مثل ثقتهم ببعضهم، فالشبكات الاجتماعية تتيح لهم فرصة المشاركة في الحملات التسويقية مما يزيد من الثقة المتبادلة بين كافة الأطراف إضافة إلى ذلك يتيح الإعلان عبر الفيسبوك فتح باب الحوار أمام الكل ويجعل أصحاب الشركات يتابعون آراء الزبائن حول منتجاتهم، مما يعطيهم الفرصة للإستجابة والتغيير على عكس الوسائل الإعلانية التقليدية، أي يمكنهم من إدارة علاقتهم مع هؤلاء الزبائن ومحاولة التواصل الفعال والمستمر معهم لكسبهم

يمكن تلخيص أشكال الإعلانات التسويقية المطروحة على الشبكات الاجتماعية المختلفة في ثلاث أشكال هي على التوالي:

- **الإعلان المباشر الذي يعتمد على شبكة الإنترنت الخاصة بأصدقائك :** وهذا يمكن أن يكون الشكل الأكثر فعالية ولكن يؤدي أيضًا إلى حدوث الكثير من الجدل، ومن الأمثلة على ذلك مشروع منارة الفيسبوك، فبناءً على الإجراء الذي يتخذه صديقك، من الممكن أن ترى رسالة في تغذية الأخبار الخاصة بك بأن صديقك قد اشترى سي دي من عالم الموسيقى (ميو زيك وورلد)".

وبالتالي من الممكن أن تكون هذه طريقة فعالة للغاية لأن أغلبية الزبائن يتخذون قراراً بصدد شراء شيء ما أو أشياء عدة ما دام الأمر يعتمد على تواجدهم مع مجموعة من الأصدقاء المقربين لهم، ومع ذلك هناك أيضا الكثير من الجدل الذي يدور حول هذا الأمر لأنه من الممكن اعتبار ذلك استغلال للعلاقات الشخصية لديك مع أصدقائك وقد يثير أيضا مخاوف حول الخصوصية.

- **الإعلان المباشر الموجود على شبكات التواصل الاجتماعي:** يعد هذا شكلاً اخر من الإعلان عبر شبكة الإنترنت ، الأمر تماماً كما لو كنت قد رأيت لافتة إعلانات على مواقع أخرى كثيرة، وهذا هو مفهوم مماثل إلا على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكنك أيضًا أن ترى هذه الإعلانات على الجوانب اليمنى بالفيسبوك مثلاً، ويمكن هذا النوع من الاستفادة من البيانات الديموغرافية في ملفك الشخصي وبالتالي تستهدف الإعلان المباشر لك.

- **الإعلان غير المباشر عن طريق إنشاء "مجموعات" أو "صفحات" :** يعد هذا هو أسلوب التسويق المبتكر الذي يمكن للشركة من خلاله إنشاء "صفحة" أو "مجموعة" يمكن للمستخدمين اختيار الانضمام لها، ويمكنهم استخدام ذلك لتكوين ما يعرف باسم "مشتركين" أو "مشجعين" والاستفادة من ذلك في التسويق من أجل المنافسة والذي من دوره يعد منتجًا جديدًا أو ببساطة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، ومما هو جدير بالذكر أنه يمكن أيضًا لهذه المجموعات أن تتزايد في أعداد المشتركين بها بشكل ملحوظ والتي من الممكن أن تصبح أداة تسويقية فعالة جدًا..

خامساً : الشبكات الاجتماعية والاعلام الجديد [8]:

" يمثل الإعلام الجديد مظهرا جديدًا كليًا، ليس في اطار دلالات علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه ما زال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد. وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلان أنها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، "ويمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية :

1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبقاتها.
2- الإعلام الجديد القائم على أجهزة المحمول بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف
3- نوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب
4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها...إلخ.

هذا ويطلق على الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام

الجديد، ومن وسائله: مواقع الشبكات الاجتماعية – المدونات –الويكى – البودكاست - المنتديات- مجتمعات المحتوى - التدوين المصغر

هذا وقد شكلت المعلومات دورًا بارزًا في حياة الأفراد والمجتمعات عبر التاريخ الإنساني فمن يملك المعلومات يملك السيطرة على العالم المترابط الذي نعيشه، وهنا برزت الحاجة إلي مصدر أو وسيلة أو قناة يمكن عن طريقها نقل المعلومات وتداولها من مُصدرها إلى المستفيدين منها ولقد اتخذت مصادر المعلومات أشكالا وأنماطا مختلفة، ولعل أكثر هذه الأشكال شهرة وانتشارا وألفة بين مستخدمي الإنترنت " الشبكات الإجتماعية " تلك الظاهرة التي ألحت في الظهور حتى مصدرا جديدا للمعلومات على الشبكة العنكبوتية العالمية التي تمكن من خلالها كل فرد في العالم المندمج المترابط على الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب:Web) من نشر وتداول المعلومات والأخبار والنفاذ إليها في كافة مجالات المعرفة البشرية والتعرف من خلالها على الرأي والرأي الآخر في البيئة العنكبوتية ويُمكننا من خلالها إدراك الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية لمجتمع ما بل يمكن من خلالها دراسة الحياة الثقافية والفكرية لهذا المجتمع.

وبالرجوع لاحداث السادس عشر من ابريل بجامعة فرجينيا حيث قام تشوسنج هيو الطالب فى تخصص اللغة الإنجليزية بجامعة فيرجينيا للتكنولوجيا بفتح النار فى مكانين داخل الحرم الجامعى الأمر الذى أدى لمقتل 32 من طلبة واعضاء هيئة تدريس بالجامعة قبل أن يقتل نفسه.

ونظرًا لعدم السماح للمراسلين الصحفيين بالدخول لحرم الجامعة لتغطية الحدث فإن التغطية لهذا الحدث اعتمدت على الاتصالات الهاتفية

واجزاء من الفيديو المأخوذة بكاميرات الهواتف المحمولة بواسطة بعض الطلبة.

وكان المصدر المبدئى الذى استخدمته وكالات الاخبار هو البحث فى المجموعات الإجتماعية على موقع www.Facebook.com .

كما صرح المركز الامريكى للمسح الجيولوجى للزلازل المنوط بالتحذير مـن مخـاطر وقـوع الزلازل انه يستخدم موقع تويتر للحصول على مزيد من المعلومات عند حدوث الـزلازل، كـما يقـوم بتحليل الرسائل التي يتبادلها مشتركو الموقع لمعرفة قوة الاهتزازات الناجمة عن الزلـزال في المنـاطق التي يسكنها المشتركون.

سادساً : الشبكات الاجتماعية ومجال المكتبات والمعلومات :

مكنت الشبكة العالميـة والمعروفـة اختـصارًا بــ(الويـب) شـعوب العـالم مـن النفـاذ الحـر إلى المعلومات، وصـناعة المحتـوى الرقمـي، وبـث المفـاهيم والأفكـار والقـيم لنـشرها بـشكل أكـثر كفاءة وسرعة من ذي قبل، وبالتالي فقـد كـان لـذلك عظـيم الأثـر عـلى الـشبكات الاجتماعيـة في ربط الأفراد واندماجهم عبر قنـوات اتـصال واسـعة النطـاق بأقـل تكلفـة ممكنـة، والمتتبـع لنشأة الـشبكات الاجتماعيـة يعـرف أنهـا منـذ الوهلـة الأولى لظهورهـا كانـت موجهـة لخدمـة مستخدمي الإنترنت للعثور على الأصدقاء القـدامى وزمـلاء الدراسـة، مـن خـلال إنـشاء روابـط تفاعلية عبر مشاركة الحساب الشخـصي وربطهـم ببعـضهم الـبعض، إلا أنـه سرعـان مـا تغـيرت فلسفة الاستخدام لتكتـسب تلـك الـشبكات مكانـة واسـعة بـين الـشركات المنتجـة لتكنولوجيـا المعلومات والمنظمات المختلفة وفئـات المجتمـع بمختلـف تخصـصاته مـن إعلاميـين وسياسـيين ...إلخ ؛ ولعل مجانيتهـا وسـهولة اسـتخدامها سـببًا رئيـسيًا وراء اسـتقطاب أعـداد ضـخمة مـن

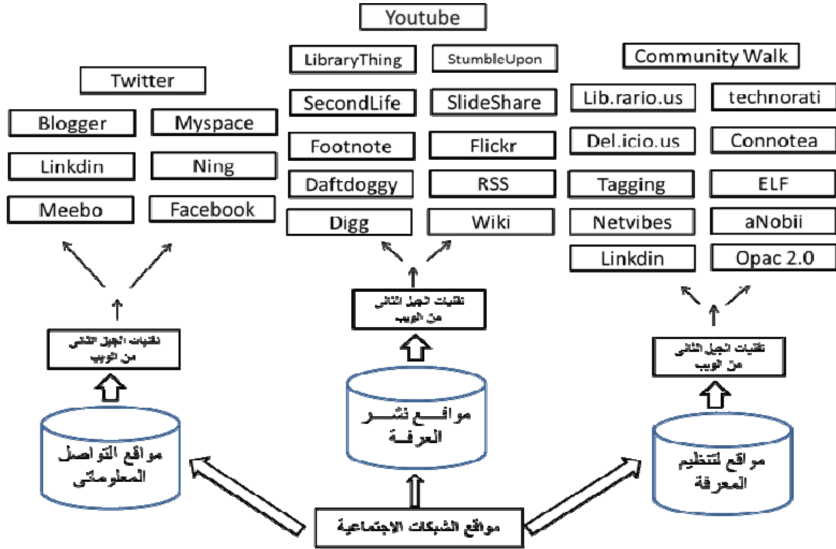
مستخدمي الإنترنت عبر الكرة الأرضية، هذا ومن منطلق أن الجامعات ومكتباتها ليست بمعزل عن المؤسسات التي تهتم باستخدام التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، حيث دعا ذلك المهتمين بمجال المكتبات الجامعية بأنه قد حان الوقت لاغتنام الفرصة لاستخدام أدوات وتقنيات الشبكات الاجتماعية في بث المعلومات، وتسويق خدمات المكتبات ؛ لكى ترتقى بدورها الجديد في ظل ما يعرف بالجيل الثاني للمكتبات Lib 2.0.

1) أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية للمكتبات ومراكز المعلومات:

يعد دور المكتبة - في وقتنا الحالي- فعالاً ومؤثرًا في ظل ما يشهده العالم من تنامي لدور التكنولوجيا بشكل يفوق كل التوقعات من كم المعلومات المتوفرة وسرعة تناقلها، الأمر الذي يتطلب من المكتبات ملاحقة التطورات الحديثة وتيسير سبل الإفادة منها، هذا وقد وفرت الشبكات الاجتماعية وما تقدمه من تقنيات السبل لمشاركة المعلومات مع المستفيدين والمهنيين في كافة التخصصات الأخرى والمختلفة، إذ يمكن للمكتبة الاستفادة من الشبكات الاجتماعية وما توفرها من تقنيات في الوصول إلى مستفيدي المكتبة أيًا كان أماكن تواجدهم، حيث تخطت مكتبات الجيل الثاني Lib 2.0 عامل الحيز المكاني، وإتاحة خدمات المكتبات ومصادر المعلومات بشكل مرئي وبطريقة مرنة باستخدام وسائل الشبكات الاجتماعية التي تتيح المحتوى المعلوماتي في شكل ملفات فيديو عبر شبكة اليوتيوب، وتنمية مجموعات المكتبة بشكل أكثر فاعلية وتصنيفها من خلال طرق التصانيف الحرة (الفلوكسونمي) والحوسبة السحابية، والمساهمة في بناء مستودعات رقمية تحتوي على مصادر معلومات للمستفيدين ذوي الاهتمام المشترك عن طريق التواصل معهم ومعرفة متطلباتهم البحثية، ومعرفة آراء المستفيدين عن المكتبة

وخدماتها لأغراض التقييم الذاتي، وذلك من خلال حلقات النقاش الافتراضية وإنشاء جماعات للحوار البناء التي يمكن استثمارها في تلبية احتياجات المستفيدين وتقديمها بشكل فعال، ، وإتاحة خدمة البحث في مجموعات المكتبة من خلال التطبيقات المتوفرة والتي تقدمها شبكات، مثل: الفيسبوك، فضلاً عن إدارة مجموعات المكتبة، نشر فاعليات المكتبة من ندوات ومؤتمرات وورش عمل وأنشطة، وإتاحتها عبر خاصية الخدمات الإخبارية باستخدام تقنية الملخص الوافي للموقع الإلكتروني RSS ، وتعزيز دور التواصل بين المستفيدين وأخصائيي المكتبات، ومن ثم تفعيل التعليم عن بعد، وسهولة التواصل مع أخصائيي المكتبات الأخرى، ومن ثم تبادل الخبرات المهنية فيما بينهم ومعرفة كل ما هو جديد ويطرأ في التخصص ؛ مما يرسخ نظرية التأهيل الذاتي لدى أخصائيي المكتبات، وتعزيز الشعور بالانتماء للمجتمع من خلال تقديم الخدمات للمستفيدين وكذلك للمؤسسات التعليمية الجامعية، حيث يعكس ذلك الدور الاجتماعي للمكتبة [9].

ومما سبق يتضح الدور الذي يلعبه الويب 2 وما يقدمه من تطبيقات والمتمثلة في وجود الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواعها، حيث وفرت تلك الشبكات التواصل المعلوماتي ونشر المعرفة بين المستفيدين وتنظيم مصادر المعلومات بما يتناسب مع متطلباتهم، كما يوضحه الشكل التالي :



شكل (1) دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تقديم خدماتها لمستفيدى المكتبات

(**المصدر:** Canty، Nick (2012). Social Media in Libraries: It's like Complicated. P4-5.)

أ) الشبكات الاجتماعية لأغراض التواصل المعلوماتي

: Information Communication

اتاحت الشبكات الاجتماعية لأمناء المكتبات أن يكونوا على إتصال دائم وفعال مع كل أقرانهم من الزملاء والمستفيدين من المكتبة في بيئة افتراضية تتسم بالتفاعل والتشارك ومن أمثلة تلك الشبكات :-

1- شبكة Myspace :

وهي من أفضل الشبكات الاجتماعية التى تسمح لأمناء المكتبات الوصول إلى الطلاب، وقد استفادت المكتبات ومراكز المعلومات من

خصائص المدونات والتقويم المتضمنة بالموقع لتحسين صورة المكتبة وتعزيز خدماتها لتلبية احتياجاتهم، كما تسمح تلك الشبكة لامناء المكتبات من إنشاء ادوات للبحث داخل فهرس المكتبة، كما تمكنهم من تضمين أدوات البحث التسويقي.

2- شبكةFacebook :

وهى شبكة اجتماعية يرتادها الكثير من الطلاب وتعتبر شبكة الفيس بوك من الشبكات الصديقة لأمين المكتبة حيث تشتمل على العديد من الجماعات والصفحات التى تهتم بمجال المكتبات ومراكز المعلومات، كما تشتمل على عدة تطبيقات يمكن استخدامها لتطوير وتحسين خدمات المكتبة ومن تلك الأمثله التطبيق الخاص بالبحث داخل قاعدة بيانات Jstor، وتطبيق OPAC الذي يسمح بالبحث في الفهرس العالمى الموحد.

3- شبكة Ning :

تستخدم تلك الشبكة لتواصل التلاميذ مع مؤسسات المكتبات وامناءها والتفاعل بينهم كما تسمح تلك الشبكة بإنشاء شبكة شخصية مصغرة تتشارك بها المعلومات والمعرفة بين المؤسسات وبعضها.

4- شبكة Blog :

وهو موقع يسمح بإنشاء مدونات يتم بث المعلومات من خلالها إلى العديد من الاشخاص في آن واحد. كما تسمح للطلاب بمعرفة ما ورد حديثاً داخل المكتبة أو التحدث مع موظفي المكتبة، ويمكن أن تعطى المدونات استفاده عظمى بمجرد اقترانها بتقنية RSS.

5- شبكة Meebo :

وهـى شـبكة اجتماعيـة تقـدم خـدمات المحادثـة الفوريـة بـين مـستخدميها ولا يتطلـب استخدامها توافر اسم مستخدم UserName وادخال كلمة سرPassword ، كما يـوفر ذلـك الموقـع برنامجاً يساعد مستخدميه على اجراء محادثه مع أى شخص داخل مواقع الويب المختلفة.

6- شبكة LinkedIn :

وهى شبكة تقدم خدماتها للمهنيـين كـما تعتـبر وسـيلة رائعـه لجـذب المـستفيدين إليهـا والتواصل معهم نظراً لاحتواء تلك الشبكة على بيانات بيوجرافية للعديد من أعضاء هيئة التـدريس والمؤلفين والمؤرخين والعلماء في العالم ... إلخ.

7- شبكة twitter :

وتعرف هذه الشبكة بمواقع التدوين المصغرة حيث تسمح لمستخدميها بإرسال تحـديثات أو ما يعرف بالتغريدات tweets تعبر عن حالتهم المزاجية بحد اقصى 140 حرف للرسالة الواحدة.

ب) **الشبكات الاجتماعية لاغراض تقاسم المعرفة ونشرها** Information Sharing :

يعتبر تقاسم المعلومات ومشاركتها جزءاً رئيسيًا وحيويًا حيث يجـب عـلى امنـاء المكتبـات النظر إلى تلك الفئات بشكل جاد عند تصميم انشطة المكتبات في العصر الرقمـى. كـما يجـب عـلى أمنـاء المكتبـات ان يـضعوا نـصب أعيـنهم رضـا المـستفيدين مـن خـلال تقـديم معلومـات تتـسم بجودتها وصحتها لهم في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة. لذا كان عـلى امنـاء المكتبـات إعـاده

التفكـير في تطبيـق تقنيـات الويـب 2 بـشكل مبكـر ومـن أهـم الـشبكات التـى تـضطلع بـذلك لدور :

8- شبكة Flickr :

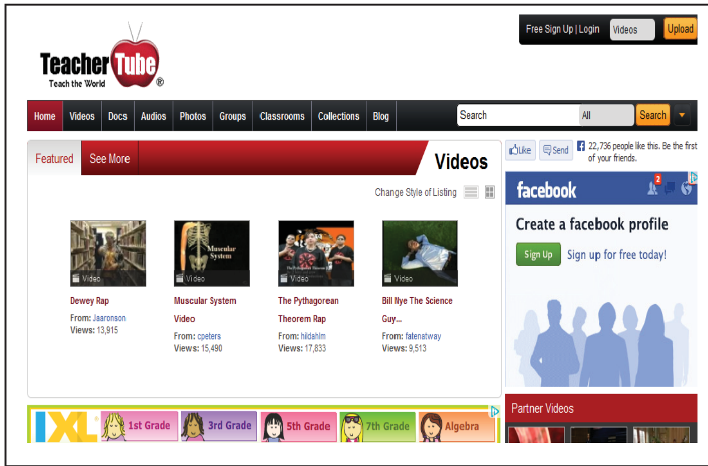
حيث تعتبر مـن أكـبر الـشبكات التـى تـسمح بنـشر الـصور وتقاسـمها كـما تتـيح تبـادل مجموعات الصور الجديدة بحيث تمكن أعضاءها من إنـشاء مجموعـات الـصور وفهرسـتها إعـتماداً على معايير الميتاداتا، كما تعتبر هذا الموقع اداه جيدة للمستفيدين الـذين يبحثـون عـن معلومـات خاصة بصور معينة أو جمع المعلومات الناقصة حول الصور.

9- شبكة youtube :

وهى شبكة متخصصة في نشر مقـاطع الفيـديو بحيـث يمكـن اسـتثمارها مـن قبـل امنـاء المكتبات في نشر مقاطع فيديو خاصة بالاحداث المكتبيـة (المناسـبات) وفاعليتهـا، كـما أنهـا تـساعد أمناء المكتبات في مشاهدة مقاطع فيـديو للمكتبـات الأخـرى مثـل موقـع youtubeandlibraries. الذي يتيح العديد من مقاطع الفيديو التى تناقش كيفية تقـديم الخدمـة المكتبيـة مـن قبـل امنـاء المكتبات وما هو دور امناء المكتبات في البيئـة الرقميـة ونمـاذج لمبـانى المكتبـات العامـة والجامعيـة وبعد الدروس المستفاده لكيفية رقمنة المواد المكتبية.

10- شبكة: TeacherTube

هو شبكة موجهة للمعلمين، حيث تقدم فرصة جيدة لأمناء المكتبات مـن أجـل التـدريب على استخدام المكتبة بها فضلا في توجيه الطلاب عـلى كيفيـة اسـتخدام مـصادر المعلومـات ومـوارد المكتبة شكل رقم(2).



شكل رقم(2) واجهة استخدام موقع TeacherTube

11- شبكةSecondLife :

بمجرد ولوج أمين المكتبة إلى تلك الشبكة يمكن أن ينشئ مكتبة افتراضية تعتمد على الرسوم ثلاثية الابعاد في شكل يحاكي اللعاب الفيديو فضلا عن تقديم خدمات اعلامية، واتاحة المناقشات، والجماعات.

12- شبكة Wikipedia :

وهى موسوعه حرة تعاونية يمكن لأى شخص استخدامها وإعطاء مستخدمين معينين القدرة على تحرير محتوياتها. ويمكن لامناء المكتبات استخدام ادواتها لتقاسم المعارف الخاصة بهم عن طريق التحرير، كما يمكن لأمين المكتبة استضافه مكتبته على موقع الويكى.

13- شبكة: PBwiki

هي شبكة اجتماعية تعرف بمصطلح " ويكى التعليمية " تتيح التدوين في مجال العمل والتعليم. فهى تشجع التعاون من الطلاب ، كما أنها وسيلة

لتسليط الضوء على العمل، وتقدم نقطة مركزية لجمع المعلومات. والجدير بالذكر إن PBwiki بها قدر كبير من الرقابة في نشر محتوياتها، بحيث يمكن أن تعطي بعض امتيازات التحرير.

14- شبكة Footnote :

وهى شبكة اجتماعية تضطلع بنشر الوثائق التاريخية الاصلية، مع إمكانية تحديث محتوياتها مع عرض الآراء المختلفة حولها. كما تشتمل على معلومات وثائقيه عن أشخاص وحياتهم وتجاربهم المختلفة وما يميز ذلك الموقع أن المعلومات التى توجد بداخله ليست موجودة في الكتب المرجعية.

15- شبكة Community Walk :

هي شبكة اجتماعية بمثابة خريطة جغرافية توضح الطريق للوصول إلى المجتمعات حيث توفر وسيلة لتفسير النص الجغرافي كما تحدد المواقع والأماكن التى تقام بها المناسبات فعلى سبيل المثال اذا قامت مكتبة ما في الولايات المتحدة الأمريكية بإقامه ندوة عن "المكتبات الرقمية" فبإمكان الشخص بمجرد ان يبحث داخل هذا الموقع عن كلمة " المكتبات الرقمية " أن يستعرض الندوات المنعقدة والفاعليات المقامة وعناوين الكتب التى تحمل هذا المصطلح خلال جدول زمنى محدد تاريخياً وجغرافياً.

16- شبكة SlideShare :

هي شبكة اجتماعية تقوم على تشجيع أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب وأمناء المكتبات لمشاركه عروضهم مع شرائح المجتمع المختلفة فهى تعد أفضل طريقة لبث المعلومات ونشرها من خلال مشاركة الملفات باستخدام العروض التقديمية.

17- شبكة Digg :

ديجو وهي شبكة اجتماعية تتيح حفظ المواقع المفضلة لدى امناء المكتبات والطلاب وغيرهم على الإنترنت بحيث تسمح الوصول إليها من أي جهاز كمبيوتر أو الموبايل كما يمكن مشاركتها مع الآخرين. كما تتيح خدمة الروابط للصور والملاحظات التي يحتاجها أمناء المكتبات والطلاب وغيرهم.

18- شبكة StumbleUpon :

هى شبكة اجتماعية تقوم بتقديم نصائح وتوصيات معينة بشأن ما يبحث عنه المستخدم على الإنترنت ، وما يهتم به من خلال ماتتميز به هذه الشبكة من خوارزميات متقدمة تمكنها من التعرف بدقة على مايطلبه المستخدم واهتماماته بالتحديد.

19 – **شبكة Daftdoggy :**

هي شبكة اجتماعية تتيح أنشاء موقع لمكتبة ما مع إتاحة تضمين سياسات المكتبة والمراجع المفيدة بها، والاعلام بخدمات المكتبة. كما تتيح للطلاب جولة على الإنترنت مع حرية التعليق عليها.

ج) **الشبكات الاجتماعية لاغراض تنظيم المعرفة Information Distribution::**

والمقصود بها تلك المواقع التى تعمل على تنظيم المعلومات وتيسير سبل الافاده منها وإمكانية الوصول إليها بسهولة ويسر ومن أمثلتها :

20 – شبكة aNobii :

هي شبكة اجتماعية موجهة لعشاق الكتب وبيئة افتراضية لتبادل الآراء والتوصيات. وتسمح هذه الشبكة للأفراد بتسويق كتبهم واستعراضها ومناقشتها مع القراء الآخرين.

21- شبكة Del.icio.us:

هي شبكة اجتماعية تعنى بالخدمة المرجعية للمشاركة في روابط الموسيقى المفضلة لديهم والدخول لأكثر من 50 مدونة حيث يمكنهم الاختيار بينها وقد بدأت في عام 2003م ، ومن الأساليب الجميلة لسرد البطاقات في الموقع هى طريقة الحوسبة السحابية أو سحب البطاقات وهي عبارة عن سرد الكلمات المفتاحية لاوعية المعلومات الموجودة في الموقع بأحجام مختلفة بحسب كثرة استخدامها فالكلمة المستخدمة أكثر تكون بحجم أكبر من غيرها والعكس صحيح وقد تستخدم الألوان للدلالة على ذلك أيضاً وهي شبكة اجتماعية مجانية من موقع ياهو وفكرة الموقع قائمة على اتاحة تجميع الروابط المفضلة للمستفيد وتبادلها بين الاصدقاء، كما تسمح لامناء المكتبات بإنشاء دليل مخصص لرواد المكتبة. حيث ترشدهم بكيفية البحث بالسمات الخاصة للمستفيد ، وبالتالى سيكون من السهل العثور على وصلات مفيدة وذات صلة بموضوع البحث.

22- شبكةNetvibes :

وهي شبكة اجتماعية متعددة اللغات تسمح لمستفيديها بإنشاء صفحة عامة يمكن للجميع مشاهدتها والاطلاع عليها وتصفحها وتستخدم لإرشاد المستفيدين على كيفية استخدام مصادر الإنترنت، قنوات الأخبار. بالاضافة إلى إمكانية دمج تقنيات الموقع مع أدوات أخرى مثل شبكة فليكر، وخدمة خلاصة المعلومات الوافية للموقع RSS ، والمدونات.

23- شبكة Connotea:

هي شبكة اجتماعية تمثل أداة مرجعية كبيرة، وهي تسمح لامناء المكتبات بحفظ، وتنظيم الروابط المرجعية ومشاركتها مع الآخرين. ويمكن الوصول إليها من أي جهاز.

24- شبكة LibraryThing:

هي شبكة للفهرسة المجتمعية حيث يقوم كافة الافراد والهيئات من كافة دول العالم على اختلاف أجناسهم ومجتمعاتهم واعمارهم بفهرسة ما يتوفر لديهم من كتب مع إتاحة هذه البيانات الوصفية والموضوعية للمشاركة والإفادة للجميع من خلال موقع واحد على شبكة الإنترنت. هذا فضلاً عن إمكانية نقاش وحوار حول كتاب بعينة أو مجموعة من الكتب على مستوى عالمى وتقديم العون للآخرين في كيفية الوصول إلى كتاب محدد، كما يقدم الموقع العلاقات الببليوجرافية المتعلقة بكل كتاب من ناحية الطبعات المختلفة، هذا ويوفر الموقع عدد 44 مليون كتاب وهو ما يفوق ما تقتنيه مكتبة الكونجرس.

25- شبكةlib.rario.us :

هي شبكة للفهرسة المجتمعية تعنى بفهرسة الكتب والمواد الآخرى كالدوريات والأقراص المدمجة ، وشرائط الفيديو ، الألعاب وعرضها على واجهة الموقع بطريقة يسهل الوصول إليها.

2(مزايا استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في بيئة المكتبات ومراكز المعلومات:

يمكن للمكتبات ومراكز المعلومات الجامعية أن تجني العديد من المزايا من استخدام تطبيقات التكنولوجيا الحديثة والمتطورة التي توفرها

الشبكات الاجتماعية تماشيًا مع العصر الرقمي نذكر منها : تحسين خدمات المكتبات وايصالها للمستفيدين بشكل فعال وسريع، استخدامها كأداة لتوعية المستفيدين بالدور الحقيقي الذي تلعبه المكتبة في تقديم خدمات معلومات مميزة للمستفيدين، أداة للتواصل الفعال والسريع بين أخصائي المكتبة والمستفيدين، أداة لمعرفة مواطن القوة ونواحي الضعف في الخدمات المقدمة من قبل المكتبة عن طريق معرفة التلقيم المرتد الخاص بالمستفيدين ؛ ومن ثم النهوض بما تقدمه المكتبة بناءً على طلبات المستفيدين، زيادة عملية التشارك والتفاعل بين أخصائي المكتبة والمستفيدين، تساعد المكتبة على تحسين تنمية مقتنياتها، يعد استخدام تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية من أقل الوسائل تكلفة ماديًا (مجانية) إذ تتطلب وجود جهاز حاسب آلي متصل بشبكة الإنترنت فقط، ولاتحتاج إلى تدريب كبير لأخصائيي المكتبات لاستخدامها، هذا ويمكن إبراز أهم المزايا التي توفرها الشبكات الاجتماعية لمجتمع المكتبات في الآتي[10]:

أ) قلة التكلفة وسهولة الاستخدام :

يُعد إعداد حساب شخصي للمكتبة والبدء في تفعيله داخل الشبكات الاجتماعية أمرًا سهلاً ومجاني، فضلاً عن استخدام مستفيدي المكتبة لتلك الحسابات للمشاركة في حياتهم اليومية، إذ يُعد ذلك أمر مفيد بالنسبة لمستفيدي المكتبة داخل الشبكات الاجتماعية، فعلى الرغم من الحكم على نجاح استخدام أدوات الشبكات الاجتماعية وتطويعها في خدمه المكتبة تحتاج إلى قياسات إلكترونية لقياس مدى الاستخدام والإفادة، فقد وفرت الشبكات الاجتماعية وبشكل مجاني طرق لقياس رضا المستفيدين من خدماتها، على سبيل المثال قد وفرت شبكة الفيسبوك خاصية التعليقات التي تسمح للمستفيدين التعليق أول بأول عن مدى الإفادة من خدمات المكتبة، أو كتابة الشكاوى الخاصة بهم، أو

الاستفسار عن شيء ما، كما وفرت شبكة الفيسبوك أيضًا خاصية تسمى LIKE، أو الإعجاب وهي خاصية يمكن الاستفاده منها حينما تقوم المكتبة بنشر شيء ما أو رفع محتوى معلوماتى، فبمجرد نقر المستفيدين على تلك الخاصية فسوف يسجل من ضمن الأشخاص المعجبين بذلك الموضوع، كما نجد أن شبكه تويتر أتاحت مجموعة خصائص تتيح قياس مدى الاستفاده، مثل : خاصية المتابعين Followers أو التغريدات Tweets وتلك الطرق تتسم بسهولة استخدامها ومجانيتها.

ب) أداه للتواصل الفعال :

تقدم الشبكات الاجتماعية طرق مختلفة لإمكانية الوصول والتعامل مع المستفيدين والمستفيدين المحتملين وبالأخص جيل الشباب الذين يقضوا معظم أوقاتهم على الشبكات الاجتماعية (المواطن الرقمي)، فضلاً عن إداراتهم لأعمالهم ومشاركة معلوماتهم من خلال شبكة الإنترنت تماشيًا مع النمو المتزايد لثقافة مشاركة المعلومات، ودعوة الآخرين للمشاركة والإسهام المعرفي عبر المناقشات على الإنترنت، فشباب اليوم لديهم القدرة على تطويع التقنيات الاجتماعية في جميع الأغراض سواء في العمل، أو الدراسة، أو الأنشطة الترفيهة، ويعد ذلك قاسمًا مشتركًا بين المكتبات الجامعية التي تستخدم تلك الشبكات في الأنشطة الخاصة بها خصوصًا الدراسية، لذا فإن هذا التطور التكنولوجى فى تطويع تطبيقات الشبكات الاجتماعية في التواصل بين المكتبات والمستفيدين يمكن أن يفيد المكتبات في التعرف على طلبات المستفيدين من مجموعات المكتبة.

ج) التسويق والترويج :

تستخدم الشبكات الاجتماعية من قبل جميع المنظمات كجزء رئيسي لتعزيز وتسويق أنشطتها، إذ يمكن لتلك الشبكات أن تلبي احتياجات المكتبات في التواصل مع المستفيدين في تنمية مقتنياتهم والإعلان عن المعارض وخدماتها بشكل مجاني.

د) طريقة لتحسين الخدمات المقدمة للمستفيدين :

تسمح الشبكات الاجتماعية للمكتبات ومؤسسات المعلومات مراقبة ما يقال عنها والاستجابة لردود الأفعال الإيجابية أو السلبية لمستفيديها، ومن ثم التغذيه المرتدة السريعة، حيث يتوفر الآن منصات ضخمة تقدم تلك الخدمات؛ لذا فعلى المكتبات أن توظف شخصًا مسئولاً لمتابعة المقترحات بشكل دائم، حيث يسمح ذلك الأسلوب الاتصالي والتشاركي للمستخدمين الاتصال مع أخصائي المكتبة محل الثقه

3) استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في مجال المكتبات والمعلومات:

إن ما حدث في العالم من ثورة تكنولوجية ومعلوماتية في العقدين الاخيرين قد فرض على المكتبات ومراكز المعلومات استخدام التكنولوجيا في إنجاز مهامها وتقديم خدماتها للمستفيدين، إذ أصبح معيار التقدم وجودة المكتبات لايرتبط بتطبيق معايير الجودة الشاملة فحسب ؛ بل يرتبط بمدى تطبيع التكنولوجيا في تقديم خدماتها، حيث أصبح ذلك المعيار أحد الركائز الأساسية لتقييم المكتبات خصوصًا وأننا نعيش في عصر تكنولوجيا المعلومات.

ولعل ما يميز الشبكات الاجتماعية هي ارتباطها بموضوعات وثيقة الصلة بعلم المكتبات والمعلومات: كالسعي وراء المعلومات ومشاركتها بكافة

أشكلها، ومن ثم تبادلها بين المستفيدين، فمن منظور استرجاع المعلومات تعد تلك الشبكات وما تحمله من تقنيات هي أداة جديدة وقوية لاسترجاع المعلومات بشكل سريع، ومن ثم تقديمها لمجتمع المعلومات والمعرفة من خلال التواصل وجمع المعلومات الرقمية المطلوبة بواسطة المستفيدين، حيث تقدم الشبكات الاجتماعية، مثل: الفيسبوك، ماي سبيس خدمات تتسم بالتفاعلية اعتمادًا على تقنيات الويب2. فضلاً عن ذلك فقد أتاحت الشبكات الاجتماعية لمستفيديها فرص للتواصل مع أقرانهم في أنحاء العالم لأغراض تبادل وتنظيم المعلومات، فالفلسفة وراء الشبكات الاجتماعية تكمن في الوصول الحر للمعلومات دون قيود مفروضة على استخدامها بدءًا من أفراد العائلة الواحدة لتعميمها على مستوى العالم، إذ جاءت تلك الشبكات لتلعب دورًا هامًا ومؤثرًا في الحياة اليومية وتحديد المشكلات وحلها، وتوجيه الأفراد لإدارة المؤسسات المنتمين إليها من خلال عرض التجارب الشخصية السابقة لزوار الشبكة، ومن ثم إنجاز أعمالهم في مناشط الحياة المختلفة، فتلك الشبكات إنما تمثل مجتمعات دولية افتراضية تتميز عن المجتمعات التقليدية بطابعها التفاعلى؛ لذا فإن تلك الشبكات تبيح لمستفيديها [11] :

أولاً : نشر المعرفة : من خلال مشاركة المعلومات القيمة ونشرها والاستفاده منها من قبل المهتمين بتلك الموضوعات.

ثانيًا : تأثير النشر : حيث يستطيع المستفيدين معرفة تأثير ما تم بثه من معلومات ومدى إفادتهم من ذلك النشر من خلال كم التعليقات المكتوبة Comments ، وإبداء الأعجاب Like.

ثالثًا : حرية الإسهام المعرفي : حيث يستطيع الأفراد من خلال منصة الشبكات الاجتماعية إضافة إسهاماتهم على ما هو منشور من قبل ومن ثم الوصول إلى الإثراء المعرفي.

ربعًا : سرعة انتشار المعرفة : فرض التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت سرعة نقل البيانات والمعلومات بين المستخدمين في شتى أنحاء العالم، ومن ثم يستطيع المستفيدين أو المشاركين مشاركة وتبادل مصادر المعلومات بشكل ديناميكي عبر الشبكات.

خامسًا : الشعور بالثقة.

سادسًا : ملاحقة التطور السريع في استخدام التقنيات المستحدثة أولاً بأول.

سابعًا : الإبتكار المجتمعي : المكتبة في الأساس مجتمع خدمي، وتتسم المجتمعات بالتغير المستمر والدائم، وبما أن المكتبات ليست بمعزل عن ذلك فيجب أن تواكب هي الآخرى ذلك التغيير وتوظيف تلك التقنيات في تقديم خدمات تتسم بالفاعلية لمستفيديها.

ثامنًا : تعزيز المحتوى الرقمي : تقوم المكتبات ومراكز المعلومات بإتاحة مصادر المعلومات للمستفيدين، والخدمات التفاعلية التي تشجع صناعة المحتوى، وتحرير التعليقات، وبناء المواقع المفضلة، ووسم الصور، وإنشاء البومات الصور...إلخ.

4) تطبيقات الشبكات الاجتماعية في المكتبات الجامعية[12] :

فرضت البرمجيات والشبكات الاجتماعية على المكتبات الجامعية كأحد الاختيارات الهامة التي يمكن الإعتماد عليها في تقديم خدمات ومصادر للمعلومات عالية الجودة تناسب مع ما يعرف بالجيل الثاني من المستخدمين

user 2. وعلى الرغم مما تفرضه الشبكات الاجتماعية من صعوبات في التطبيق من قبل المهنيين إلا أن الخبرة في استخدام تلك التقنيات لاتزال في مهدها، ويتجلى تأثيرها في الوضوح شيئًا فشيئًا، هذا وتستخدم التقنيات الاجتماعية، مثل : الويكيز، والملخص الوافي للمواقع، المدونات...إلخ ؛ لمشاركة المعلومات وبثها في المجتمعات الافتراضية، وقد حظيت تلك الشبكات بعدة مزايا إذ يمكن تطويعها في مرافق المكتبات ومراكز المعلومات، ومن تلك المزايا :

1- تُعد الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتشجيع على نشر المعلومات وإتاحة وصف دقيق لمؤسسات المعرفة.

2- تُعد الشبكات الاجتماعية وسيلة إيعازية للبقاء على اتصال دائم بين أمناء المكتبات والمستفيدين بشكل مستمر لمعرفة كافة أنشطة وفاعليات المكتبة.

3- وجود المكتبات في الواقع الافتراضي يعزز من دورها الاجتماعي، إذ يجعل فرص التخطيط وإبداء المقترحات أكثر فاعلية.

4- توفر الشبكات الاجتماعية فرصة رائعه لأمناء المكتبات على التفاعل مع مستخدميها أيًا كان مكان تواجدهم.

5- يستطيع أمناء المكتبات الحصول على معلومات مباشرة عن المستفيد من خلال التواصل معهم، ومن ثم تحليل سلوك المستفيدين والبدء في توفير الخدمات التي تلبى احتياجاتهم، وخير مثالٍ على ذلك تجربة مكتبة Hennepin County Library (HCPL) حيث قامت بتضمين مربع للبحث في صفحتها على شبكة ماي سبيس تمكن المستفيدين من النفاذ إلى مصادرها، وتجربة مكتبة Library of Charlotte

&Mecklenburg County (PLCMC) التي قامت بعمل إحاطة جارية لمستفيديها مـن خلال تقنيات المدونات معتمده على تطبيق الرسائل الفورية الخاصة بصفحة المكتبة عـلى الشبكة الاجتماعية.

6- الشبكات الاجتماعيـة وسـيلة لاختبـار قـدرة المكتبـة عـلى الاتـصال المفتـوح والمبـاشر مـع مستخدميها.

7- يستخدم أمناء المكتبات الشبكات الاجتماعية في استقبال التغذية المرتدة مـن المـستفيدين عبر نظم الرسائل الفورية، وجماعات النقاش.

5) الشبكات الاجتماعية وخدمات المعلومات :

تواجه المكتبات ومراكز المعلومات جيلاً جديدًا من المستفيدين مستخدمي الإنترنت الذين يتمتعون بمهـارة مـن الناحيـة التكنولوجيـة مـستخدمين إياهـا في الوصـول إلى المعلومـات والبحـث والاسترجاع، ساعين لتحقيق احتياجتهم بشكل مختلف وفوري عن ذى قبل، مما يجعل من الـصعب تحقيقه في البيئة التقليدية للمكتبة والسياسات المرتبطة بهـا، لـذا تتجـه مكتبـات الجيـل الثـاني إلى تقليل الفجوة الرقمية وما يرتبط بها من مشكلات أهمها الفجوة المعرفية التي تحيل دون الوصـول للمعلومات والتنوع الثقافي واللغوى والتعليمي. [13]

هذا وتسعى المكتبات ومرافق المعلومات في الوقت الـراهن – بـشكل متزايـد – إلى دمـج تقنيات التفاعل الاجتماعي والمشابكة بخدماتها لجذب المستفيدين إلى المكتبات وعـرض مـا تقدمـه من خدمات لهم خاصة مع تضخم كم المعلومات المنشورة ؛ قاد ذلـك مقـدمي الخـدمات إلى إدراك أن تقـديم المعلومـات في البيئـة الرقميـة يجـب أن يكـون بـشكل تفـاعلي مـع توقـع احتياجـات

المستفيدين، ومن ثم استقبال التغذية المرتدة منهم بشكل فوري عن طريق ما توفره تلك الشبكات من تقنيات [14].

لذا سوف نلقى الضوء على الخدمات التى يمكن للمكتبات تقديمها عبر استخدامها لمواقع الشبكات الاجتماعية :

أ) الشبكات الاجتماعية وتسويق خدمات المعلومات :

توصف المكتبات ومراكز المعلومات بكونها تنظيمًا لمجموعة من مصادر المعلومات التي جمعت لأغراض معينة ثم حفظها، ومن ثم إتاحتها (الإنتاج الفكري المسجل) وتيسير سبل الإفادة منها، وتتحدد كفاءة وفاعلية المكتبة كأداة بحثية وتعليمية من خلال نجاحها في تقديم المعلومات ذات الصلة للمستفيدين منها في الوقت المناسب وبالشكل المناسب، وقديمًا كان يقاس نجاح المكتبات اعتمادًا على الاكتمال والتوزان في مصادر المعلومات المتوفرة، أما في الوقت الحالي فقد تغيرت فلسفة المكتبات إلى التركيز على استخدام التكنولوجيا في إيصال المعلومات للمستفيد إينما كان سواء في عمله أو منزله وبالشكل الذي يرغب فيه، وفي ضوء ذلك فقد حدد كل من: أوبرين ودادزي عدة أبعاد رئيسية لجودة المعلومات المقدمة وهي[15]:

أ- **الموائمة Relevance :** يقصد بالموائمة وجود علاقة وثيقة بين المعلومات المقدمة للمستفيدين وبين موضوع بحثهم.

ب- **الدقة (Currency) :** ويقصد بها خلو المعلومات من الأخطاء.

ج- **التوقيت الملائم (Time Period) :** أي تقديم المعلومات وإتاحتها في والوقت الملائم لمن يستخدمونها عندما يحتاجون إليها، وذلك لأن هذه المعلومات تفقد منفعتها إذا لم تكن متاحة عندما تدعو الحاجة إلى استخدامها، أو إذا تراخى تقديمها فترة طويلة بعد وقوع الأحداث التي تتعلق بها بحيث تفقد فعاليتها في اتخذا قرارات على أساسها، وجدير بالملاحظة أن المعلومات لا

تستمد منفعتها من مجرد إتاحتها في الوقت الملائم، فهناك عوامل أخرى إلى جانب ذلك، إلا أن التباطؤ في إتاحة هذه المعلومات يؤدي إلى تقليل منفعتها أو ضياع تلك المنفعة.

د- **الآنية** (**Currency**) **:** ويقصد بها تقديم المعلومات الحديثة أولاً بأول.

ه- **الاكتمال** (**Completeness**) **:** كل المعلومات المطلوبة يجب تقديمها أيًا كان الشكل التي صبت فيه المعلومة.

و- **الوضوح** (**Clarity**) : المعلومات يجب أن تقدم بشكل سهل الفهم .

ز- **فعالية التكلفة (effectiveness cost) :** المعلومات يجب أن تقدم بأسعار مناسبة.

هذا على الرغم من أن الوظائف التقليدية للمكتبات لم تعد بالشيء المرضي مقارنة بما تلبيه البيئة الإلكترونية من مزايا، إلا أن هناك من لا يرغبون في التغيير من أمناء المكتبات ولكنه شيء حتمى، إذ إن التكنولوجيا الآن أصبحت إلزامية بشكل كبير لا يمكن تجاهلها، ولعل أكبر تغيير قد طرأ على مستخدمي اليوم هو الاعتماد الشديد على التكنولوجيا، مثل الهواتف : المحمولة، والحاسبات، والولوج إلى الإنترنت، هذا ويشير تقرير الإفلا إلى التزايد في استخدام المكتبات الجامعية العالمية والمنظمات التجارية الآخرى للشبكات الاجتماعية كمنصة للتفاعل والتواصل مع مستفيديها أو عملاءها، حيث تبنت المكتبات العالمية الجامعية تلك التقنية في توصيل خدماتها بالرغم من كون تلك الخدمات متاحة ومتوفرة فهي بمثابة فضاءً واسعًا للأكاديمين والطلاب ؛ للتفاعل بشأن الموضوعات ذات الصلة بالتخصص والعمل، حيث يستخدم الطلاب أيضًا تلك الشبكات كمنصة لمشاركة المعلومات بينهم في أي موضوع عام أو خاص. حيث أكد بيل (2007) أن تلك الأداة يمكن استخدامها

وتكييفها في المكتبات الجامعية ليس فقط لأغراض التواصل وإنما في دعم العملية التعليمية والبحثية [16].

هذا وتُعد المكتبات الجامعية لكل من جامعات Yale Science Libraries، Carnegie Mellon University Libraries، Cambridge University Library، Norwegian University of Science and Technology Library مجرد أمثلة قليلة من المكتبات الجامعية العالمية التي استطاعت أن تستفيد من التقنيات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات لها متطورة عبر إنشاء صفحات رسمية لها، حيث يتم عبر تلك الصفحات [17]:

- الإعلان عن البرامج التي تقدمها المكتبة.
- إتاحة الفرصة للطلاب لطرح أسئلتهم المتعلقة بكيفية استخدام المكتبة.
- تعليم أدوات البحث الأساسية.
- إحاطة المجتمع الجامعي بالكتب الحديثة الواردة للمكتبة من خلال نشر عناوين الكتب الجديدة على صفحة المكتبة المتاحة على الشبكات الاجتماعية.
- إرسال التحديثات أولاً بأول للمستفيدين.
- إتاحة الخدمات المرجعية عن طريق ask a Librarian.

هذا وتستطيع المكتبات ومراكز المعلومات استخدام الشبكات الاجتماعية لتسويق خدمات المعلومات بها من خلال الإعلان عن الخدمات الجديدة للمكتبة، الإعلان عن معرض المكتبة وبيع الكتب، هذا ويمكن تقديم ذلك عن طريق خاصية الحائط، ومشاركة الصور، ومشاركة الفيديو، والرسائل الخاصة، والإعلانات، وإرسال الدعوات.

ب) الشبكات الاجتماعية وتقديم الخدمات المرجعية :

سمح ما يعرف بالجيل الثاني للويب وما يتضمنه من تقنيات بظهور مستوى جديد في تقديم الخدمات المرجعية بالمكتبات ومراكز المعلومات، فأصبحت المكتبات تُغرد عن مصادرها عبر شبكة تويتر وتتشارك النصائح البحثية مستخدمة المدونات، وتنشر الصور الخاصة بالأنشطة كالمناسبات والفاعليات عبر شبكة فليكر فليكر، وتبحث عن مستفيدون (معجبين) جدد لها من خلال بناء صفحات لها على شبكة الفيسبوك، وملاحقة للتطورات الجديدة التي تقود إلى بناء وتطوير ديناميكية العمل المكتبي في البيئة الافتراضية [18]. وعلى الرغم من التزايد والنمو السريع فى كم الشبكات الاجتماعية فرض ذلك صعوبات على المكتبات في تحديد أي الشبكات أكثر تناسبًا لبث خدماتها وتسويق وجودها بين مستفديها، إلا أن قيمتها جعلتها بمثابة القاطرة التي تنقل التوعية المعلوماتية وتعزز الخدمات، البرامج ، المصادر الجديدة المقدمة للمستفيدين فضلا عن توفير المعلومات العامة والخدمات المرجعية [19]. هذا وتعد الخدمة المرجعية أحد أهم الركائز الأساسية لخدمة المستفيدين إذ أنها تعتمد في الأساس على إرشاد المستفيدين ومساعدتهم في الوصول إلى غايتهم وتلقي استفساراتهم وشكواهم، ومن ثم التلقيم المرتد للمستفيدين والتواصل معهم، هذا وقد مكنت الشبكات الاجتماعية المكتبات ومراكز المعلومات الوصول إلى مستفيديها بشكل فعال وسريع عن طريق ما تقدمه من خصائص وأدوات تشابكية، حيث أمكن للمكتبات الآن بعد إنشاء صفحة لها على الشبكات الاجتماعية أن تستقبل استفسارات مستفيديها إما عن طريق الحائط الذي يتيح للمستفيد كتابه ما يريده، أو عن طريق الرسائل الخاصة الذي يمكن أن يرسلها المستفيدين لأمناء المكتبات، كما يمكن استخدام غرف الدردشة

الموجودة بشبكة الفيسبوك لفتح حوار لحظي بين المستفيد وأخصائي المكتبات المسئول عن إدارة صفحة المكتبة داخل الشبكة الاجتماعية، هذا ويمكن للمكتبات استخدام التطبيقات في إنشاء تطبيق أسأل أمين المكتبة Ask Librarian ،أو عن طريق إنشاء تطبيق الأسئلة الأكثر شيوعًا FAQ. هذا وقد غدت النصوص والمعارفة جوالة بعد أن خرجت من معاقلها، وفي الوقت ذاته أصبح التركيز على اماكن تواجد المستفيدين ما يشغل المكتبات ومراكز المعلومات. ولقد لعبت المكتبات دورًا بارزاً في وضع المعارف بتصرف الجمهور، منذ القرن التاسع عشر حين تم الاعتراف بوظيفتها الاجتماعية الهامة. لذا سيكون عليها لزاماً إتاحة خدماتها عبر تطويع تلك الشبكات والاستفاده منها[20].

- الخدمات المرجعية وموقع الفيس بوك Facebook :

هناك تبنى واضح للمكتبات على اختلاف انواعها في جميع القطاعات على مستوى العالم بشأن الاستفاده مما تتمتع به شبكة الفيس بوك من آليات التواصل والترويج. فنرى معظم المكتبات الجامعية قد تخطت الاستفاده من خاصية الحساب الشخصى للإتصال بالطلاب واستخدام صفحات الفيس بوك في الإعلان عن كل خدماتها، والمصادر المتاحة لديها، والانشطة إلى اضافه تطبيقات تسمح بالبحث في فهرسها المتاح على الخط المباشر OPAC وقواعد البيانات المشتركة فيها[21]. هذا ويستطيع المستفيدين إرسال الرسائل لامناء المكتبات للاستفسار عبر نظام الرسائل المتضمن في الموقع ، او من خلال التفاعل عبر خاصية غرف الدردشة. فموقع الفيس بوك من المواقع التى تسمح للمكتبات بانشاء صفحات له ، مع واجهات جديدة ، حيث نستطيع المكتبة ان تحدث اخبارها ، ومن ثم إنشاء اعلانات لها، ووضع المعلومات

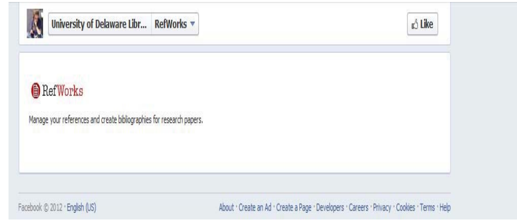
العامة ذات الصلة بالمكتبة في شريط خاص لها. وإنشاء تطبيقات مثل الفهرسة وقواعد البيانات في صناديق ، ايضاً من المزايا الواضحة داخل صفحات الفيس بوك، ان الاعضاء يستطيعون الاشتراك داخل تلك الصفحات دون قيود مشروطة او اعضاء الاذن بالانضمام مثل أرسال طلبات الصداقة، كما يستطيع الاعضاء ان يتركوا اسألتهم المرجعية على صفحة المكتبة على موقع الفيس بوك ثم يقوم امين المكتبة بالرد عليها في رسالة خاصة بمجرد قراءتها.



شكل رقم(3) يظهر خدمة تلقى الاستفسارات عبر تطبيق الرسائل الفورية IM



شكل رقم (4) يظهر كيفية تطبيق البحث داخل فهرسة المكتبة من خلال الكلمات المفتاحية داخل صفحة المكتبة على موقع الفيس بوك



شكل رقم(5) يوضح تطبيق الخدمة المرجعية

- **الخدمات المرجعية وشبكة ماى سبيس Myspace :**

على الرغم من ان شبكة الفيس بوك قد طغت على شبكة ماى سبيس بوك استخداما وافادة في الوسائط الاعلامية والثقافة الشعبية، إلا ان ماى سبيس لاتزال اكبر شبكة اجتماعية متاحة على الويب داخل الولايات المتحدة الآمريكية، هذا وتبدوا شبكة ما سبيس انها قد اظهرت وبشكل ملحوظ كونها مكان للمكتبات العامة للاتصال بمستفديها الشباب لترويج ونشر خدمات المكتبات ومصادرها مثل الموسيقى والالعاب بطريقة مشوقة وجذابة واكثر الفة سواء كانت موجهة للمستفيدين الشباب او غير ذلك. لا يزال ماى سبيس خيارا قابلا للتطبيق لكونها قاعده اتصال لجمهور واسع وايضاً في الخدمات المرجعية. وكما هو الحال مع الفيس بوك يستخدم امناء المكتبات الحسابات الشخصية في الاتصال مع الاعضاء الاخرين وإجاباتهم عن الاسئلة والاستفسارات لديهم. الشئ الوحيد لتقديم المكتبة نفسها على الماى سبيس من خلال إنشاء حساب شخصى لها خلافا لصفحات الفيس بوك.

- **الخدمات المرجعية وشبكة تويتر Twitter :**

دخلت شبكة تويتر عالم الشبكات الاجتماعية منذ عام 2006 ومنذ ذلك الحين تـشهد نمـوا وتطوراً ملحوظاً. هذا وتشير سارة مالستين (2009) في مقالتهـا أن شـبكة تـويتر صـممت في الاسـاس لتبادل المعلومات، وتستطيع المكتبات من خلال استخدام شبكة تويتر أن تتشارك كافة انواع الاخبار التى يحتاجها المستفيدين. فالرسائل القصيرة يمكن ان تخبر الاشـخاص حـول النـدوات، المحـاضرات، معارض الكتـب، مـصادر المعلومـات المتاحـة حـديثاً أو اعـلام المـستفيدين بتغيـير مواعيـد المكتبـة. المنشورات التى يمكن ان تنشر عبر تويتر يمكن ربطها بالاخبـار المهتمـه بمحـو الاميـة المعلوماتيـة او المكتبات حيث يمكن ربط ما هـو منـشور بموقـع المكتبـة المتاحـة عـلى صـفحة الويـب او مـدونتها الشخصية للمزيد من المعلومات المتعمقة. كما اوضحت ان المكتبات الجامعيـة لـديها تركيـز ورؤيـا اكثر تعمقًا في استخدام شبكة تويتر[22].

اتاحـت شـبكة تـويتر مـا يعـرف بــ Hash Tag[*] والمعروفـة)بالوسـم(وهـى الطريقـة تستخدمها المكتبات في الخدمات المرجعية لها حيـث تقـوم بفلـتره وحـصر التغريـدات (المواضـيع ذات العلاقة بموضوع معين).

هذا وقد شجعت المكتبات من التعامل مع تويتر كأداه للحـوار والمحادثـه مثل البث الاذاعى إن تلقى الاسئلة المرجعية على تويتر امر بـسيط ومبـاشر حيـث يرسل الاعضاء اسئلتهم في شكل تغريده ثـم يقـوم امـين المكتبـة بـالرد عـلى ذلـك الاسـتفار في تغريـده خاصـة بـه ، وهنـا يكمـن موضـوع الخـصوصيه هـل مـن

[*] الهاش تاج (Hash Tag) و الذي تم تعريبه إلى (وسم) هو طريقة تستخدم في تويتر لفلترة و حصر التغريـدات / المواضـيع ذات العلاقة بموضوع معين ضمن مكان محدد يسهل الوصول إليها عند البحـث , فخـط الـزمن (Time Line) يقـوم بعـرض التغريدات من كل من تتابعهم و الذي قد يكون شخص أو شخصين منهم فقط يتحدث في موضـوع محـدد و لكـن بتـداخل التغريدات فيما بينها فإن ذلك يسبب ضياع الموضوع أو فقد لتسلسله , و كذلك الحال لو أردت أن تعرف أراء اناس آخـرين و ترى تغريداتهم حول نفس الموضوع دون الحاجة لمتابعتهم فما عليك سوى البحث عن الهاش تاج المشترك

الخصوصية اتاحة الاسئلة المرجعية واجاباتها لعضو ما إلى جميع الاعضاء لقراءتها.

- الخدمات المرجعية وشبكة نينغ Ning :

شبكة نينغ ذات شعبية كبيرة لامناء المكتبات ولكن لم تستثمر حتى الان بشكل ملحوظ حيث تسمح لاى مستخدم بإنشاء مضيف لشبكة اجتماعية من خلال واجهة تعامل مطروحة من شبكة نينغ ، إن انشاء شبكة جديدة خارجة من طيات شبكة نينغ تخدم المكتبات ومرافق المعلومات وتروج للاعضاء للانضمام إلى شبكة ننينغ حيث تتيح جماعة نقاش خاصه بها ومنتديات ، وغرف للحوار كما تتيح مشاركة الصور والافلام ، والاحداث والمدونات ، وإنشاء الجماعات وإضافة التعديلات والتخصيصات الخاصة بالموقع.

ج) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على توعية المستفيدين من المكتبات :

إن سعة التغيرات التكنولوجية التى مست، خلال العقود الآخيرة وسائل الإبداع ونقل المعارف المرتكزة على أدوات المشابكة الاجتماعية المتنوعة قد شجع الأفراد على إختلاف أعمارهم وبشكل متزايد على استخدام تلك التقنيات الحديثة إلا أن فئتى الشباب وطلبة الجامعات شكلت مثالاً أكثر وضوحًا في الاستخدام المتزايد لادوات المشابكة الاجتماعية حيث لم يغفل أمناء المكتبات الجامعية في المجتمعات المتقدمة دور تلك التقنيات الفعال بل ايدوا استخدامها وتفعيل دورها إلا أن الاراء تضاربت حول استخدام المكتبات الجامعية لمواقع الشبكات الاجتماعية فهناك من يراها وسيلة ناجحة ومبتكرة للتواصل مع الطلاب وتوعيتهم في حين يرى اخرون إنها شكل من اشكال الاستخدام غير الفعال لوقت وجهد امناء المكتبات[23].

وإثباتًا لهذا توضح المراجعات العلمية للآدبيات الحديثة المتعلقة بالموضوع أن مواقع الشبكات الاجتماعية تقدم لامناء المكتبات الجامعية طريقة فعالة لتوعية وارشاد وتوجيه الطلاب لآرتياد المكتبات الجامعية استخداماً وإفادة آخذين في الاعتبار المشاكل المحتملة التى قد تنشأ. هذا ويعود تعبير ادوات المشابكة الاجتماعية المتاحة على الإنترنت إلى نمط جديد من الويب او ما يعرف بالجيل الثانى للويب Web2 حيث يمكن تعريفها بشكل عام بإنها " التطور إلى ويب يتميز بالاجتماعية والتفاعلية التى تمنح الجميع فرصة للمشاركة " فلم تعد شبكة الويب حكراً على اولئك الذين يتمتعون بمهارات البرمجة وعمليات الحاسب المعقدة بل امتدت الدائرة لتشمل عدة مستخدمين منهم : من يبنون مستودعات للمعرفة على ما يعرف بالوكيز، ومنهم من يطورون البيانات الببليوجرافية على مواقع social bookmarking ، بناء مجموعة تاريخية وثقافية عبر تطبيقات مشاركة الوسائط المتعددة ، وهناك مواقع تهتم بتشكيل العلاقات مع الافراد وهى الشبكات الاجتماعية المجتمعية.ومع اكتساب منصات الشبكات الاجتماعية شعبية هائلة احتضنت المكتبات بكافة انواعها تلك الشبكات كوسيلة لتعزيز نفسها داخل مجتمعاتها ويشار هذا الإسلوب الجديد في توفير خدمات المكتبات إلى ما يعرف بالجيل الثانى للمكتبات [24] .Lib2 إن خدمات التوعية المعلوماتية التى تقدمها الجامعات ليست بالظاهرة الحديثة. فهناك عدة طرق للتوعية تهدف إلى تشجيع استخدام المكتبات لاعضاء هيئة التدريس والطلاب على حد سواء. ومنها طرق تقدمها الكليات عبر برمجيات تشجع على استخدام المكتبات بين طلابها ، ومنها منهجيات أخرى تركز على مجتمع الطلاب من خلال امناء المكتبات والتعاون مع المنظمات الطلابية، ولذلك فإن استخدام

الشبكات الاجتماعية هو الوسيلة الفعالة التى يمكن للمكتبات الجامعية الاستعانة بها لتقديم خدمات التوعية المعلوماتية لطلابها[25].

إن خدمات التوعية على الموجهة للطلاب تشجع باستمرار نظراً لان طلاب الجامعات اليوم اقل اعتماداً على المكتبات التقليدية. ومع ظهور المصادر الإلكترونية والإنترنت. حيث لا يشعر الطلاب بالحاجة إلى الدخول إلى جدران المكتبة او الاستعانة بامناء المكتبات في إعداد ابحاثهم. وبالتالى فقد ايد امناء المكتبات الوصول إلى الطلاب في بيئاتهم المفضلة من اجل توسيع نطاق خدمات المكتبة خارج جدران المكتبات التقليدية.

هذا ويشير ماثيو Mathews، في مقالته ان الشبكات الاجتماعية توفر وسيلة فعاله للوصول إلى طلاب الجامعات في بيئاتهم الخاصة. حيث تهدف المكتبات الجامعية لتقليل احتياجات المستفيدين في اللجوء إلى المكتبة واعادة حزم مواد المعلومات في بيئات اكثر الفة للمستفيدين. وبمناقشات امناء المكتبات الجامعية امكن تسليط الضوء على الاستخدامات المتعددة لشبكة الفيس بوك لاغراض التوعية والارشاد. فواحدة من الاستخدامات الاساسية لشبكة الفيس بوك هى تسويق المكتبات من خلال صفحات المعجبين حيث تضع المكتبات ساعات عملها ، وموقعها ومعلومات عن موقعها الرسمى عبر وضع وصلات لموقعها الرسمى، فضلا عن ذلك يمكن للمكتبات الاكاديمية أن تذكر دائما الطلاب بما هو متاح من مصادر المعلومات بها بدلاً من استخدام الطلاب للمحركات البحث بصورة مستمرة لإعداد ابحاثهم الاكاديمية، ايضا يمكن تنشأ المكتبات دعوات للفاعليات الخاصة بها والدعاية ولبرامجها كمنتدى اضافي لتعزيز انشطة المكتبة بجانب دورها الاساسى في تقديم ادوات التسويق لخدماتها المقدمة لطلابها[26].

بالإضافة إلى ذلك تقوم المكتبات الاكاديمية بتجريب تـضمين خـدمات المكتبـة مـع مواقـع الشبكات الاجتماعية التى تستخدمها لتقديم التوعية اللازمة للطلاب. فباسـتخدام تطبيقـات موقـع الفيس بوك تقوم بعض المكتبات الاكاديمية بتضمين فهرس المكتبـة والـسماح للطـلاب بالـدخول إلى محتويات فهـرس المكتبـات بـدون زيـارة موقـع المكتبـة عـلى الإنترنـت[27]. هـذا وتـستخدم بعـض المكتبـات تطبيـق مواقـع الـشبكات الاجتماعيـة كمرشـد للمكتبـة (LibGuides application 2007،iLibrarian). في حين أن معظم المكتبات الاكاديمية تقوم بتـضمين مزايـا وخـصائص ask-a-librarian داخل موقع الفيس بوك لتقديم خدمات مرجعية وتقـوم بالتوسـع باسـتخدام بخـدمات الدردشة والرسائل المتاحة عـبر الفـيس بـوك. مثـل مكتبـة Harlan Hatcher Graduate Library حيث انشأت صفحة لديها داخل الفيس بوك تتضمن وظائف البحث داخل الفهـرس ، واسـأل امـين المكتبة ، البحث في الفهرس العالمى ووصلات لكل المكتبات الهامة على الإنترنت[28].

الدول الأكثر استخدامًا للشبكات الاجتماعية :

حقق الجيل الثانى للويب ثورة تكنولوجية هائلـة مـما ترتـب عليـه انتـشار الـشبكات الاجتماعية ومن ثم التطـور الـسريع فى نـشر وتـداول المعلومـات والمعرفـة مـستغلة مـا تـوفره تطبيقاتها المتمثلة في تلك الشبكات للتواصل بين البـشر واسـتخدام كافـة إمكاناتهـا في مختلـف مناحي الحياة، وبـالاطلاع عـلى موقـع أليكـسا للتعـرف عـلى أكـثر الـدول اسـتخدامًا للـشبكات الاجتماعيـة نجـد أن الولايـات المتحـدة تـأتي في المرتبـة الأولى جـدول رقـم (51) يليهـا المملكـة

المتحدة (بريطانيا) جدول رقم (52) من حيث التنوع في استخدام الشبكات الاجتماعية المختلفة*.

جدول (51) استخدام الولايات المتحدة للشبكات الاجتماعية

الفيسبوك		اليوتيوب		تويتر		لينكد إن		فليكر	
النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة
%23.4	2	%22.1	3	%27.3	7	%33.9	9	%34.2	86

جدول (52) استخدام المملكة المتحدة (بريطانيا) للشبكات الاجتماعية

الفيسبوك		اليوتيوب		تويتر		لينكد إن		فليكر	
النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة	النسبة المئوية للزائرين	الترتيب داخل الدولة
%3.3	2	%10	9	%4.2	10	%4.1	13	%4.6	80

6) نظرة عامة في توظيف ادوات المشابكة الاجتماعية في المكتبات الجامعية :

أولاً: الجامعات الامريكية :

على الرغم مما أشارته بعض الدراسات التى أجريت في منتصف عام 2000 من قلق مديرى المكتبات بالولايات المتحدة الامريكية إزاء الدور الحقيقى لتلك المواقع في المكتبات ومؤسسات المعلومات ومدى إمكانية توظيفها لأغراض التعليم والبحث العلمى لتقديم الخدمات المتطورة في المكتبات مبررين مخاوفهم في عدم ملائمة تلك الأهداف مع طبيعة الشبكات

* http://www.alexa.com

الاجتماعية من ناحية الوقت والمصادر المستهلكة جراء استخدام إدوات المشابكة الاجتماعية، إلا انه وبعد ظهور تقنيات الويب 2 وتطورها فقد تغير الوضع إلى إمكانية استخدام تلك التقنيـة الجديـدة في مجال المكتبات ومؤسساتها حيث أثبتت معظم الدراسات مدى إمكانية استخدام تلك المواقـع في المكتبات عبر الشبكات المختلفة مثل الفيس بوك Facebook وماى سبيس Myspace، فمـن خـلال موقع Facebook تستطيع المكتبات ايًا كـان نوعهـا عـرض معلومـات عنهـا مـن خـلال مـا يـسمى بخاصية عرض الحالة status، فضلاً عن تعزيز الرؤية الاجتماعية للمكتبات من خلال بناء المكتبـات لحسابات شخصية لها على الفضاء الإلكتروني فضلاً عن إتاحة عناوينهم لتلقى الإستفسارات التى ترد من قبل مستفيديها والإجابة عليها بشكل اكثر كفاءة ومرونـة ودعـم تواصـل المـستفيدين ببعـضهم البعض. كما يتيح موقع Myspace للمكتبات ومراكز المعلومات اياً كانت نوعهـا المـساهمة في نـشر المعرفة وبثها من خلال ترقية الحسابات الشخصية وإتاحة خاصية نشر مـصادر المعلومـات الوافـدة للمكتبات[28]. هذا وقد أشار عدد من امناء المكتبات الامريكية ان شبكة الفيس بوك Facebook قد تكون بيئه ملائمة لخلق مجتمع افتراضى تستطيع المكتبات من خلاله تقديم وإيـصال الخـدمات إلى مستفيديها بأسرع وقت وبأقل تكلفة[29]. وفي هـذه الحالـة ونـضرب مثـال عـلى ذلـك وهـو مكتبـة كامبـل the Kimbel Library of the Coastal Carolina University (شـكل رقـم6) التـى استخدمت موقع الفيس بوك الشهير لتقديم الخدمات المرجعية المتخصصة، تقديم جولات تعريفية بالمكتبة، والترويج للخدمات الأخرى. ليس هذا فحسب بل امتدت خدمات الفـيس بـوك لاكـثر مـن ذلك حيث ساعدت بشكل غير متوقع الزملاء ليصبحوا اكثر قرابة وحميمية.



شكل رقم (6) لصفحة مكتبة كامبيل الجامعية

وفي عام 2011 قامت مكتبة كارولينا الجنوبية بإعداد تقريرها السنوى الرابع الموسوم بـ " الإعلام الاجتماعي، قطاع المكتبات، الجيل الثانى من الويب : كيف يمكن للمكتبات الأمريكية الاستفادة من التقنيات الحديثة في علاقاتها العامة واستقطاب مستفيدين جدد (التقرير الرابع 2011) حيث هدف هذا التقرير أن يقيس نوعاً من ردود فعل قطاع واسع من أمناء المكتبات والمشتغلين بها في مجتمع الولايات المتحدة الامريكية لتحديد كيف يمكن للمكتبات على اختلاف أنواعها أن توظف تقنيات الجيل الثانى والشبكات الاجتماعية في تعزيز برامج المكتبات وخدماتها، ولقد اشارت نتائج هذا التقرير ان المكتبات الجامعية احتلت المركز الثانى بواقع 25.3% في استخدام الشبكات الاجتماعية في الولايات المتحدة[30].

هذا ومن الواضح أن الإقبال المتزايد على الشبكات الاجتماعية كأده للمكتبات يحتاج فهماً واضحاً لها لتمهيد الطريق أمام تسخير الفوائد المحتملة منها، كما ان دراسة أدوات المشابكة الاجتماعية ومن ثم اختبارها من منظور

واسع وتطويعها بين ايدى امناء المكتبات له فائدة عظيمة هذا وجدير بالذكر أن هنـاك مواقـع لهـا هيمنة في مناطق جغرافية محددة فموقعى الفيس بـوك Facebook ومـاى سـبيس Myspace ذى شهرة في الولايات المتحدة الامريكية، وغيرها من المناطق العالم، وشبكة اورركيـوت Orkut تهـيمن على سكان أسيا، المحيط الهادى، جنوب امريكا، وشابكة بيوبو Bebo تغطى استراليا واوروبا، وشبكة كيوكيو qq تخدم شعب الصين[31].

ثانياً : الجامعات الأفريقية [32] :

اشار تقرير الافلا المنشور في عام 2011 أن المكتبات الجامعية الافريقية اسـتطاعات أن تلبـى احتياجات مستفيديها من خلال تطبيقها للتقنيات الحديثة التى تتسم بالكفاءة مثل مواقـع الـشبكات الاجتماعية، تطبيقات الموبايل ...إلخ حيث يرى كثير من الخبراء أن تلك التطـورات في حاجـة دائمـة إلى التشجيع والدعم من جانب المكتبات الجامعية في افريقيـا. هـذا وقـد قـام اتحـاد المكتبـات الأفريقيـة AAU في إبريل عام 2011 والـذي كـان يجمـع إنـذاك 180 مؤسـسة تعنـى بـالتعليم العـالى والبحـث العلمى موزعين على 30 دولـه مـن دول الأعـضاء بالبحـث داخـل مواقـع الجامعـات المنتميـة لإتحـاد المكتبات الأفريقية حيث أسفرت نتيجة البحث أن هناك بعض الجامعـات التـى لا تمتلـك مواقـع عـلى الإنترنت وبالتالى فإن المكتبات التابعة لتلك الجامعات لاتمتلك هى الاخرى مواقع لهـا، والـبعض الاخـر يمتلك مواقع ولكنها غير مفعله، وبـاقى الجامعـات ومكتباتهـا تمتلـك مواقـع رسـمية لهـا وحفنـة مـن المكتبات الجامعية الافريقية تقوم بربط موقعها على الإنترنت بمواقع الشبكات الاجتماعية.

هذا وقد اشار التقرير السابق ذكره أن هناك مزايا جراء اسـتخدام الـشبكات الاجتماعيـة في المكتبات الجامعية الافريقية وهى :

1- تسهل مواقع الشبكات الاجتماعية التعاون وتعزيز فاعلية الاتصال بين امناء المكتبات والمستفيدين.

1- اشار بعض الباحثين في الجامعات الافريقية عام 2008 ان مواقع الشبكات الاجتماعية سوف تقود في المستقبل إلى بث المعلومات التى تضاهى استفسارات بحثهم بشكل أكثر دقة.

2- الهدف الرئيسى لأمناء المكتبات أن يجعلوا مصادر المكتبات متاحة للمستفيدين فإذا كانت مواقع الشبكات الاجتماعية تساعد على تحقيق ذلك الهدف لذا يجب التأكيد على دورها بقوة وتشجيع استخدامها.

3- إن ربط مواقع الشبكات الاجتماعية بموقع المكتبة عبر ما يعرف بحائط Wall الشبكات الاجتماعية لديه القدرة على جنى نتائج عظيمة من خلال جذب وخدمة ما يعرف بالتعليم عن بعد فضلاً عن ذلك فإن أى شخص له القدره على التواصل وارسال رسالة إلى شخص بعينه بغض النظر عن البعد الجغرافي.

هذا وقد خلصت دراسة الافلا إلى عدة نتائج أهما :

1- ان الشبكات الاجتماعية هى الأكثر استخداماً لاغراض التعليم العالى بين طلاب الجامعات الافريقية.

2- إن اتاحة خدمات المكتبات على مواقع الشبكات الاجتماعية سوف يحظى بإعجاب الطلاب لما تتمتع به تلك المواقع من مزايا الترفيه والتسلية.

3- إن الهدف الرئيسى من زيارة الشباب تلك المواقع هو التواصل بين الأصدقاء وإجراء المحادثات.

4- إن 72 % من المستجبين لاسئلة الدراسة يفضلون النفاذ إلى مواقع المكتبات الجامعية عن طريق رابط المكتبة المتاح على صفحة المكتبة المنشئة بموقع الشبكات الاجتماعية.

ثالثاً : جامعات جنوب آسيا :

آشار تقرير مؤتمر IATUL والمنشور بجامعة Purdue University أن تفعيل تقنيات الجيل الثانى للويب بمواقع المكتبات الجامعية في جنوب آسيا لاتزال في بداياتها المبكرة حيث يأتى تطبيق الفيس بوك في أولويات الاستخدام في المكتبات الجامعية ويليها شبكة توتر ، RSS ، الرسائل الفورية ، المدونات ، E-Poll ، اليويتيوب ، فليكر ، الموسوعات الحرة أو ما يعرف Wikis. هذا وقد آشار التقرير أنه قد حان الوقت للمكتبات الجامعية أن تصنع علاقة جديدة بينها وبين تطبيقات الجيل الثانى للويب بما يعطى فرصة أكبر للتعاون بين أمناء المكتبات الجامعية والعمل معًا وتبادل الخبرات المهنية والمنفعة بينهم. هذا وقد حظت المكتبات الجامعية في تيلاند 38 % استخداماً لتطبيقات الويب 2 ومنها الشبكات الاجتماعية ثم الفليبين بواقع 22.21 % ، اندونيسيا 18.17 % ، ماليزيا 15 % ، سنغافورا 7.6%، فيتنام 3.3 % ، في حين حظيت دول مثل بروناى ،كامبوديا، لاوس، تايمور الشرقية ، مينمار 0 % في الاستخدام[33].

7) **التخطيط لاستخدام الشبكات الاجتماعية في المكتبات ومراكز المعلومات :**

تعد تقنيات الإعلام الاجتماعي أو ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية شكل من أشكال الاتصال الجديد حيث نمت وتزايدت اعداد مستخدمى تلك المواقع بمعدل أسى، فعلى سبيل المثال ارتفع عدد مستخدمى

موقع الفيس بوك - الاكثر شهرة في الولايات المتحدة الأمريكية - من 300 مليون شخص إلى 500 مليون مستخدم في بضعه سنوات ، كما ارتفع مؤشر الاستخدام على شبكة تويتر في الفترة من فبراير 2008 حتى فبراير 2009 ليصل إلى 382،1%، فملايين الاشخاص حول العالم يستخدمون تلك التقنية وتطبيقاتها كجزء من حياتهم اليومية في كل شتى الأمور.

ونظراً للانتشار المتزايد في الاستخدام لتلك الوسائل فقد انعكست هذه التطورات على هيكل المكتبات ومؤسسات المعلومات بأنواعها المختلفة التى لجأ معظمها للبيئة الالكترونية للتواصل مع جمهورها وتعتبر المكتبات الجامعية واحدة من تلك المؤسسات التى استغلت تلك التقنية وما تتيحه من تطبيقات كأداه من ادوات الاتصال للتفاعل بين اعضاء هيئة لتدريس والطلبة من ناحية وبين اعضاء هيئه التدريس والمكتبة من جهة اخرى وبين الطلبة والمكتبه من جانب أخر. هذا وقد أثر استخدام تقنيات الشبكات الاجتماعية في العمل المكتبى وتقديم الخدمات المكتبية العديد من الإشكاليات والتساؤلات من جانب المكتبة نفسها منها حداثة الشبكات النسبية؟ كيفية البدء في الاستخدام ؟ ما هى نوعية الاشياء الجديرة بالنشر ؟ تعزيز المكتبة في تواجدها ؟ وما هى الطرق المثلى التى يجب استخدامها لإستقطاب اعضاء جدد او ما يعرف بالمعجبين أو المتابعين؟

لذا فقد آشار اندى andy انه وبمجرد البدء في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل المكتبات الجامعية يجب أن تسأل نفسها ما النفع من وراء ذلك ؟ وما الفائدة المنشوده من وراء استخدام تلك المواقع ؟ وبشكل عام هناك الكثير من الأسباب التى تفرض على المؤسسات العامة والاعلامية استخدام تلك المواقع، إلا انه من المهم العثور على اسباب تخص المكتبات

ومراكز المعلومات فتأطير مسعى تلك المؤسسات من استخدام تلك المواقع يعطيها جدوى في الاستخدام والافاده منها، لذا فقد أكد أندى andy في مقالته أن هناك عدد من الآليات التى يجب التماسها عند الشروع في توظيف مواقع الشبكات الاجتماعية في المكتبات الجامعية وهى[34]:

اولاً : الحساب الشخصى Profile :

بمجرد إعداد المكتبة صفحة أو حساب شخصى لها على مواقع الشبكات الاجتماعية فمن المهم اضفاء الطابع الشخصى عليه بغض النظر عن أيًا من المواقع قررت المكتبة أن تستخدمه واضعه في حسبانها عدد من الآشياء **التى يجب أن تشتمل عليها :**

1- رابطة لموقع الويب الخاص بالمكتبة : حيث يجب أن يتسم الرابط بالقدرة على الوصول إلى موقع المكتبات بسهوله ويسر وفي أقل وقت ومن ثم يتوافر للمستفيدين الاستفاده من الوقت للتعلم أو الشروع في اعداد ابحاثهم. هذا وتتسم معظم الحسابات الشخصية داخل وسائل الاعلام الاجتماعي بإحتواءها على قسم خاص بالوصف العام. ويجب ان تملئ.

2- إنشاء ترحيب ووصف غير رسمى لمكتبتك : تتضمن مواقع الشبكات الاجتماعية على عدة خيارات تساعد على التنسيق واجهات التعامل، لذا تستطيع المكتبات أن توظف تلك الخيارات بما يناسبها حيث يمكنها أن تغير الألوان والخلفية في شبكة تويتر ، ويمكن أن تضع أشرطه خاصة وصناديق على الفيس بوك للبحث والتسويق.

ثانياً : ماذا تنشر What to post? :

بعد انشاء الحساب الشخصى . يجب إنشاء المحتوى ونشر المعلومات والاراء والافكار على أساس منتظم. هذا يعتبر واحداً من الفرضيات الاكثر صعوبة لاى شخص يبدأ في تقديم مؤسسته على شبكة الاعلام الاجتماعي ماذا ينبغى ان انشر؟ وكيف؟ وهناك بعض الافكار التى يمكن للمكتبات ان تنشرها داخل الشبكة الاجتماعية وتضمن :

1- الفاعليات والاخبار المكتبية **Library news and events:**

يعتبر الاعلام الاجتماعي مكان ممتاز لاخبار الناس عن مواعيد المؤتمرات ، اقامة الندوات ...إلخ من فاعليات.

2- ما ورد حديثاً للمكتبة New additions to your collection :

هل حصلت على أوعية معلومات جديدة ؟ هل توافر لديك اصدارًا جديدًا من برامج ادارة الاستشهادات المرجعية وكتابة التوثيق ؟ فكل هذه الاشياء تستطيع المكتبة أن تعلم بها مجتمع المستفيدين بمجرد وصولها عبر قنوات الاعلام الاجتماعي الجديد.

3- وصلات المقالات وملفات الفيديو **videos،Links to articles** ،: يجب على آمين المكتبة ان ينشر تلك الوصلات الحاملة للمعلومات ذات الصلة بالموضوع ومفيده لمستخدمى المكتبة. وفي الوقت ذاته يجب أن يتجنبب تلك المنشورات والروابط التى ليس لها علاقة مباشرة بمكتبتك، فآمين المكتبة يجب آلا يغب عنه ما المغزى من وراء استخدامه تلك التقنية في المقام الاول، فضلا عن التنوع في المواد المنشورة وتحديثها باستمرار.

4- تلقى التغذية المرتدة **Solicit feedback:** بنيت الشبكات الاجتماعية للمحادثة لذا فلا حاجة لآمين المكتبة بأن يتردد في أن يستسفر من

المستفيدين المتواجدين على مواقع الشبكات الاجتماعية بدرجة الإفاده من الخدمات التى تقدمها المكتبة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

5- الرد على الاستفسارات **Respond to people** : يجب أن يتمتع أمين المكتبة بالرد على ردود الفعل السلبية الخاصة بمشاكل الاشخاص والوقوف بجانبهم على سبيل المثال إذا اشتكى شخص ما على تويتر بأن المكتبة أصبحت مزعجه ، ربما تكون الأجابه " من المسئول عن هدوء المكتبة ؟ " ، لدينا بعض الغرف التى تسمح لك بالمذاكرة في الطابق السفلى وتتميز بالهدوء ؟ " استخدم الفكاهة ، وكن ايجابيا ، وحاول ان تساعد المستفيدين في حل المشاكل باستراتيجيات جيدة لتغيير العقول فلامين المكتبة القدرة على التأثير في المحادثه المتاحة على الخط المباشر بشكل قوى ولا تفكر ابدا في تجاهل احد.

6- الصور : تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية - دون قيود مفروضة – لمستفيديها بنشر أو ربط تالصور واتاحتها للمستفيدين ، لذا فيجب على امين المكتبة نشر المواضيع التى تشتمل على الصور لان الصورة تغنى عن الف كلمة فعلى سبيل المثال ، اذا كان لديك حدث او مناسبة فلابد من التقاط الصور تلك المناسبة لنشرها على مواقع الشبكات الاجتماعية مع وصفها ليسهل عملية الوصول إليها حيث المؤلف في الجامعة يشتمل على الصور.

7- **اشياء اخرى :** كن مبدعاً في اضافتك للمنشورات ، لا تفرض على نفسك القيود في وضع المواد على القوائم البريدية ، يجب ان تعرف مجتمعك بشكل واسع ، اسأل نفسك بشكل دورى ما هى الاشياء الاكثر اثاره تستقطب عددا كبيراً من المستفيدين ومن ثم لا تردد في نشرها هذا وقد

اضاف اندى عدة مـن البنـود التـى يجـب ان يـضعها آمـين المكتبـة عـن تعاملـه مـع مواقـع الشبكات الاجتماعية ومنها :

1- عند نشر محتوى داخل الحساب الخاص بالإعلام الاجتماعـي مثـل تـويتر أو الفـيس بـوك، فمن المهم أن يكون اجتماعي وإنسانى.

2- يجب ان يستجيب آمين المكتبة لولئـك الاشـخاص الـذين يقومـون بـالتعليق عـلى جـدار الحساب الشخصى Wall او الرد عليك في تغريده على التويتر.

3- ان يتمتع روح الدعابة وأن يضفي على المحتويات لمسته الشخصية.

4- المنشورات أو المحتوى يجب ان تكون عـلى صـلة تامـه بالمكتبـات وان يكـون يخلـو مـن الاخطاء الاملائية أو النحوية.

ثالثاً : كيف تسوق المكتبة تواجدها على الشبكات الاجتماعية :

وجود اهتمام للتواجد، ومحتوى مفيد للنـشر يعتـبر ذا اهميـة ، ولكـن مـا هـى اللآليـات اللازمة التى لديك لكى تدع المستفيدين يدركون بوجودك في الاعلام الاجتماعي ؟ وولاجابة عن ذلـك الاستفسار اشار اندى andy أن مصادر المعلومات الجديدة او المبـادرات التـى تبرمهـا المكتبـة مـن الضرورى ان تروج. وفي عالم التسويق الرقمى هناك استراتيجيات للتسويق فأما أن " تنـشئ موقعـك وسـوف يـأتون إليـك " أو " سـوق موقعـك أولاُ قبـل أن تنـشئه " فـالاولى هـى الاسـتراتيجية الاكـثر استخداماً في عصر المعلومات. ، لذلك فإذا كان لديك محتوى شيق ومثير للاهتمام فمن الواجـب أن تدرك ان هناك عدة خطوات وآليات لتسويق موقعك على الإنترنت ومنها:

1- الربط حيثما كـان ممكنـاً : ويقـصد بهـا امـتلاك امـين المكتبـة وصـلة عـلى حـسابه الشخـصى تربطـه بموقـع المكتبـه، وفي حالـة امـتلاك امـين المكتبـة

اكثر من شبكة فيجب عليه ان يضع رابط واحد أما باقى الروابط فمكانها الايميل الإلكتروني.

2- **التحدث إلى الاشخاص :** تعتبر المناقشات أو المحادثات أو المحاورات اكثر الاشكال قوة في التسويق، فضلا عن العلاقات العامة، وهذا ما يجعل الخدمة المرجعية أكثر الخدمات المرجعية كفاءة في عالم الشبكات الاجتماعية.

3- **دورات تعليمية :** ينبغى أن يكون للمكتبة دور فعال في إقامه الدورات التدريبية للحث على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة مستمرة مع توضيح الخدمات والتطبقات التى يمكن أن تقدمها تلك المواقع وكيفية تطويعها في المكتبة.

4- **الاعلانات المطبوعة :** هناك بعض المكتبات الجامعية التى قامت بتعليق اللوحات الارشادية لصفحتها الرسمية على مواقع الشبكات الاجتماعية داخل الحرم الجامعى كنوع من الدعاية والاعلان.

5- **الاعلانات عن الموقع :** تعتبر خدمة الدعاية والاعلانات المتضمنة بمواقع الشبكات الاجتماعية أكثر الخدمات رخصاً وانتشاراً وهناك مكتبات لجأت تسويق وجودها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وتعتبر مكتبة جامعة ستانفورد من الامثله البارزه في ذلك السياق.

6- **بناء رابطة للاصدقاء**

مصادر الفصل السادس

1- عبد الحكيم شباط.(2013) . أنواع المعرفة البشرية. متاح على :

http://www.nashiri.net/index.php/articles/intellect-andphilosophy/5468-2013-10-18-16-10-55

2- جمال الدين إبراهيم محمود. (2014). برنامج تدريبى لمعلمى التاريخ بالمرحلة الثانوية لتنمية مهارات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التدريس وتنمية الفاعلية الذاتية لديهم .- مجلة كلية التربية بالسويس. ع2.

3- مشارة نور الدين.(2015).دور التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون : دراسة حالة متعاملى قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

4- yalsa (2006). Teen and Social Networking in School and Public Libraries : A toolkit for Librarians and library workers Retrieved From: www.ala.org/yalsa،

5- هدى مصطفي عبد العالم محمد(2014). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعى الاجتماعي والسياسى للشباب الريفي : دراسة ميدانية على عينة من الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج.- مج 5(9).

6- غادة محمد عبد الفتاح بسيونى. التواجد الاعلانى لشركات السياحة على شبكات التواصل الاجتماعي

7- مشارة نور الدين.(2015). دور التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون : دراسة حالة متعاملى قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

8- نسرين حسونة.(2014). الإعلام الجديد : المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف.- شبكة الالوكة. متاح على: http://www.alukah.net/culture/0/67973

9- Taylor & Francis (2014) . Use of Social Media by the library : Current Practices and future opportunities. A white paper from Taylor & Francis، p2. Available at :
http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-social-media.pdf

10- Canty، Nick (2012). Social Media in Libraries: It's like، Complicated. P4-5.

11- Miller، P.(2005) Web 2.0: Building the New Library. Ariadane Magazine، 4(45)، Retrieved from :
http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/.[Accessed on 21 July 2013]

12- Habib، M.C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. North Carolina University،Chappe Hill، 2006.
http://etd.ils.unc.edu/dspace/bitstream/1901/356/1/michaelhabib.pdf.
[Accessed on 7 July 2013].

13- Frey، Thomas. The Future of Libraries : Beginning the great Transformation، 2005. Avalible at: http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-libraries/ (access 10 june 2013).

14- Jim Burton، (2008)،"UK Public Libraries and Social Networking Services"، Library Hi Tech News، Vol. 25 Iss: 4 p5

15- Dadzie، Perpetua S. (2007) Information Literacy: assessing the readiness of Ghanaian Universities، Information Development; vol 23، No. 4، pp 265-277..

16-Bell، S.J. (2007). Building better academic libraries with Web 2.0 technology tools. Library Issues، 28(2)، p.3

17- Ayiah، Efua Mansa، Kumah، Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries،2011.p2 available at:http://conference.ifla.org/ifla77.com

18- Heidi Steiner، (2009)،"Reference utility of social networking sites: options and functionality"، Library Hi Tech News، Vol. 26 Iss: 5 p. 4

19- Arrington، M. (2009)، "Facebook now nearly twice the size of MySpace worldwide"، TechCrunch، January 22، available at: www.techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-thesize-of-myspace-worldwide/

20- Heidi Steiner،Ibid p4

21- Heidi Steiner،Ibid p4

22- Milstein، S. (2009)، "Twitter for libraries (and librarians)"، Computers in Libraries، Vol. 29 No. 5، available at: www.infotoday.com/cilmag/may09/Milstein.shtml.

23- Kroski، E. (2007a)، "Folksonomies and user-based tagging"، in Courtney، N. (Ed.)، Library 2.0 and beyond: Innovative Technologies and Tomorrow's User، Libraries Unlimited، Westport، CT، pp. 105.

24- Kroski، E. (2007b)، "The social tools of Web 2.0: opportunities for academic libraries"، Choice، Vol. 44 No. 12، pp. 21.

25-Andrea Dickson، Robert P. Holley، (2010)،"Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns"، New Library World، Vol. 111 Iss: 11 pp. 469

26- Mathews، B. (2007a)، "Moving beyond the reference desk: being where users need us"، The Reference Librarian، Vol. 48 No. 2، p10.

27- Farkas، M. (2007a)، "Going where patrons are"، American Libraries، Vol. 38 No. 4، p. 27.

28- iLibrarian (2007)، "Top ten Facebook apps for librarians – part one"، August 1، available at:
http://oedb.org/blogs/ilibrarian

30- Social Media، Libraries، and Web 2.0 : How American Libraries are Using New Tools for Public Relation and to Atrrtact New Users-Fourth Annual survey November 2011 p 3 available at :
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf

31- Samuel Kai-Wah Chu، Helen S Du. Social networking tools for academic libraries.- Journal of Librarianship and Inf ormation Science، 2012. P 3.

32- Ayiah، Efua Mansa، Kumah، Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries

33- Nor Hazidah Awang and Mohd Ismail Abidin، "WEB 2.0 ON ACADEMIC LIBRARIES IN SOUTHEAST ASIA.. 2013 " *Proceedings of the IATUL Conferences. P 4.* Paper 45.availabl AT:
"http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1960&context=iatul".

34- Burkhardt، Andy. Social media : A guide for college and university libraries. ACRL TechConnect، *January 2010 p10-13*

قائمة المراجع العربية والأجنبية

أولاً : قائمة المراجع العربية :

1- أماني جمالي مجاهد) 2010(. استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبيـة متطـورة

.- دراسات المعلومات ،ع8(مايو 2010).

2- أماني جمالي مجاهد(2010). الشبكات الاجتماعية العربية في بيئـة الويـب 2.0 . الملتقـى العـربي

الرابع لتكنولوجيا المكتبـات والمعلومـات : الجيـل الثـانى للويـب وتـأثيره عـلى قطـاع المكتبـات

والمعلومات (ورقة عمل).

3- عبد اللـه حسين متولى(2009). الحياة الثانية على الإنترنت .- الاتجاهـات الحديثـة في المكتبـات

والمعلومات ،ع31 ص55.

4- علياء سامى عبد الفتاح) 2011.(الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعـي.- ط2.-

القاهرة : دار العلم العربى. ص30.

5- ماجدة مراد.(2012). تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتـه بعـدم الـوعي

السياسى لدى الشباب المصري الجامعى. المجلة المصرية لبحوث الاعلام. ع2، ص 73.

6- محمـد ابـراهيم حـسن (2007). نحـو تقيـيم موضـوعى لمواقـع المكتبـات عـلى الـشبكة

العنكبوتية.- مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية. مج 13،ع 2. ص 215.

7- محمود عبد الستار خليفة (2009). الجيل الثـانى مـن خـدمات الإنترنـت : مـدخل إلى دراسـة

الويب 2 والمكتبات .- Cybrarians journal. 2 ، ع 18 متاح على :

http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=382:-20-20-&catid=141:2009-05-20-09-52-31&Itemid=59

8- مها عبد المجيد)2008(. المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت : آلية للتشبيك أم للتفتيت الاجتماعي .- المجلة الاجتماعية القومية .- مج45،ع3(سبتمبر 2008)، ص 98.

9- هبة محمد خليفة)2010(دور الشبكات الاجتماعية في التنمية المهنية لأخصائى المكتبات والمعلومات : دراسة مسحية ميدانية لموقع الفيس بوك كنموذج للشبكات الاجتماعية .- الملتقى العربى الرابع لتكنولوجيا المكتبات والمعلومات ، (27-28 يوليو 2010)، ص39.

10- وليد رشاد زكى)2010(. الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم .- مجلة السياسة الدولية. ع1 ، (ابريل 2010)، ص 55.

ثانياً : قائمة المراجع الاجنبية :

1- A Childnet International.(2010.) Young People and Social Networking Services : A Childnet International Research Report ، PP 11 - 13. available at : http://www.digizen.org/socialnetworking/evaluating.aspx

2- A. Vakali & L.C. Jain (Eds.) (2011): New Directions in Web Data Management 1،.- Heidbelberg : Springer-Verlag Berlin،p –219.

3- Abran، A.، Khelifi، A.، Suryn، W. & Seffah، A.(2003) Usability Meanings and Interpretations in ISO Standards J Software Quality Control. p328.

4- Andrea Dickson، Robert P. Holley، (2010)،"Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns"، New Library World، Vol. 111 Iss: 11 pp. 469.

5- Albert-Lάsló Barabάsi. (2002) Linked : The New Science of Networks. Cambridge : Perseus Publishing.

6- Ali،Tariq Alam Muhammad.(2010) The Challenge of Usability Evaluation of Online Social Networks with a Focus on Facebook. Master thesis.- Sweden: School of Computing،.p4.

7- American Marketing Association (2008). MySpace، Your Space and Their Space : Connecting with your Customers in online Social Networks،. P7.

8- Ayiah، Efua Mansa، Kumah، Cynthia Henewaa. Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients by African Libraries،2011.p2 available at:http://conference.ifla.org/ifla77.com

9- Arrington، M. (2009)، “Facebook now nearly twice the size of MySpace worldwide”، TechCrunch، January 22، available at: www.techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-thesize-of-myspace-worldwide/

10- Baker، C. (2009)، "Facebook or Facadebook?"، ACRLog، 29 April،available at: http://acrlog.org/2009/04/29/ facebook-or-facadebook.

11- BARRIGAR، J. Social Network Site Privacy: A Comparative Analysis of Six Sites.Canada: The Office of the Privacy Commissioner of Canada، 2009. P8

12- Bell، S.J. (2007). Building better academic libraries with Web 2.0 technology tools. Library Issues، 28(2)، p.3

13- B.، Booth، A. & Weintrop، J.)2001(. Usability Testing of an Academic Library Web Site: A Case Study .p188-189.

14- 3- Barnhill (2004)، Bill. The Social Web: Creating an Open Social Network with XDI.Vol7.p2

15- Barrigar،Jennifer) 2009(.Social Network Site Privacy : A comparative analysis of six sites .- Ontario: office of the Privacy Commissioner of Canada ،pp 36-47.

16- Ben-Ari، Elia .- Twitter: What's All the Chirping About?.- Jstor.- Vol.59، No.7، .- California: Institute of Biological Sciences،2009. P5 available at: http://www.jstor.org/stable/10.1525/bio.2009.59.7.19

17- Boyd، d. m.، & Ellison، N. B.(2007). Social network sites: Definition، history، and scholarship .- Journal of Computer-Mediated Communication، .- available at: . http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html ، 10-1-2010

18- Boyd، danah. (2004) "Friendster and Publicly Articulated Social Networks." *Conference on Human Factors and Computing Systems* (*CHI 2004*). Vienna: ACM، April. P3-4

19- Brace، I.(2008) *Questionnaire Design*: *How To Plan، Structure And Write Survey Material For Effective Market Research*، London، Kogan Page Ltd. P 53

20- Breakwell، G. M.، Hammond، S. & A. SMITH، J. (2006)*Research methods in psychology*، London، SAGE publications Ltd. P.123

21- Brock، Vicky (2007). An introduction to Online Social Networks : What are they and Way do they Matter to Business ? .- Highland Business Research ، p1.

22- Burkhardt، Andy. Social media : A guide for college and university libraries. ACRL TechConnect، *January 2010 p10-13*

23- Byrne ، Dara N. (2008)"The Future of (the) "Race": Identity، Discourse، and the Rise of

24- Carol M Bast ، Cynthia A. (2009) Brown Guilty by Association: "Small World" Implications for Business Strategies in Post 9/11 America. P3.

25- CASSIDY، J. Me media: How hanging out on the Internet became big business. The New Yorker، 2006 .82 (13)، 50. Available at :
http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassidy

26- Chaa، Meeyoung ، Ahnc ،Yong-Yeol . Delayed information cascades in Flickr: Measurement، analysis، and modeling.- Korea: a Graduate School of Culture Technology، 2011.p7 Available At :
http://www.sciencedirect.com.dlib.eul.edu.eg/science/article/pii/S138912861100395
1

27- Charnigo L and Barnett-Ellis P (2007) Checking out Facebook.com: The impact of a digital trend on academic libraries. *Information Technology and Libraries* 26(1): 23–34.

28- Communities and Local Government)2008(. Online Social Networks : Research Report .-London : Crown، p.12 - 14

29- Computer-mediated Public Spheres.".- Learning Race and Ethnicity.- Cambridg;MA:The MIT Pres،p16

30- Dadzie، Perpetua S. (2007) Information Literacy: assessing the readiness of Ghanaian Universities، Information Development; vol 23، No. 4، pp 265-277.

31- Dunbar، R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size، group size and language in humans. *Behavioral and Brain Sciences* 16 (4)،pp8-9.

32- Elm، Malin Sveningsson (2009). "Teenagers Get Undressed on the Internet" Young People's Exposure of Bodies in a Swedish Internet Community.- *Nordicom Review* 30 .- p 88.

33- Farkas، M. (2007a)، "Going where patrons are"، American Libraries، Vol. 38 No. 4، p. 27.

34- Folmer، E. & Bosch، J.(2004) Architecting for usability: a survey. *Journal of Systems and Software*،p.70**.**

35- Frey، Thomas. The Future of Libraries : Beginning the great Transformation، 2005. Avalible at: http://www.futuristspeaker.com/2006/11/the-future-of-libraries/ (access 10 june 2013).

36- Granovetter، Mark S.(1973) The Strength of Weak ties .- American Journal of Sociology ، Vol78 ،Issue 6 pp 1373-1374

37- Habib، M.C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. North Carolina University،Chappe Hill، 2006. http://etd.ils.unc.edu/dspace/bitstream/1901/356/1/michaelhabib.pdf. [Accessed on 7 July 2013].

38- Haifeng Yu، Phillip B. Gibbons، Michael Kaminsky، and Feng Xiao)2008(. SybilLimit:

39- a near-optimal social network defense against Sybil attacks. In Proceedings of the 2008 IEEE Symposium on Security and Privacy (SP'08)، Oakland، CA، pp35

40- Hackott، Stephanie & parmanto، Bambang.)2005(A Longitudinal Evaluation of Accessibility: Higher Education Web Sites.- Internet Research.- Vol15، No3، PP. 81-82.

41- Heidi Steiner، (2009)،"Reference utility of social networking sites: options and functionality"، Library Hi Tech News، Vol. 26 Iss: 5 p. 4

42- Hunang، Yongjian (2009). Supporting Meaningful Social Networks scholarship. – Southampton: Yongjian Hunang.P20 . (PhD. Dissertation)

43- Hupp، Jessica(2008).25 Useful Social Networking Tools for librarians.Collegedegree.8(6)، 67. Available At : http://www.collegedegree.com/library/financial-aid/25-useful-social-networking-tools-for-librarians/

44- iLibrarian (2007)، "Top ten Facebook apps for librarians – part one"، August 1، available at: http://oedb.org/blogs/ilibrarian

45- Jim Burton، (2008)،"UK Public Libraries and Social Networking Services"، Library Hi Tech News، Vol. 25 Iss: 4 p5

46- jörneborn ، Lennart (2004).- Small-World Link Structures across an Academic Web Space: A Library and Information Science Approach. PhD. Copenhagen: Department of Information Studies، Royal School of Library and Information Science.P33-34.
Available At :
http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2874/2570
.

47- Kay، Russell(2007). QuickStudy: Online Social Networks .- Computerworld ، Available at:
http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=302652

48- Kazienko ، Przemyslaw ، Musial ، katarzyna (2006) Recommendation framework for online social networks .- Berlin :Springer-Verlag، p111.

49- Kazienko، Przemyslaw and Katarzyn، Musial . Social Capital in Online Social Networks .- Available at :
http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.106.6090&rep=rep1&type=pdf 1-4-2011

50- Kroski، E. (2007a)، "Folksonomies and user-based tagging"، in Courtney، N. (Ed.)، Library 2.0 and beyond: Innovative

Technologies and Tomorrow's User، Libraries Unlimited، Westport، CT، pp . 105.

51- Kroski، E. (2007b)، "The social tools of Web 2.0: opportunities for academic libraries"، Choice، Vol. 44 No. 12، pp. 21.

52- Leonard، A(2004). You are who you know .- Salon.com Technology،.- Available at: http://www.salon.com/tech/feature/2004/06/15/social_soctware_one

53- Mathews، B. (2007a)، "Moving beyond the reference desk: being where users need us"، The Reference Librarian، Vol. 48 No. 2، p10.

54- Mew، Lionel Q. L(2009). Online Social Networking: a task-person technology fit perspective/directed by William H. Money .- School of Business، George Washington University. 295 p. PhD. Dissertation.

55- Michelle McGiboney، "Twitter's Tweet Smell of Success،" Nielsen Wire. 18 March2009، blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/twitters-tweet-smell-of-success/.

56- Mishra، C. S. . (2011)Social Networking Technologies (SITs) in Digital Environment: Its Possible Implications on Libraries ،.P8.

57- Miller، P. Web 2.0: Building the New Library. Ariadane Magazine، 2005، 4(45)،34. http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/.[Accessed on 21 July 2013]

58- Milstein، S. (2009)، "Twitter for libraries (and librarians)"، Computers in Libraries، Vol. 29 No. 5، available at: www.infotoday.com/cilmag/may09/Milstein.shtml.

59- Mislove، A.، Marcon، M.، Gummadi، K. P.، Druschel، P.، & Bhattacharjee، B.)2007(.Measurement and Analysis of Online Social Networks. *Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM Conference of Internet Measurement*، pp. 29-42..

60- Nor Hazidah Awang and Mohd Ismail Abidin، "WEB 2.0 ON ACADEMIC LIBRARIES IN SOUTHEAST ASIA.. 2013 " *Proceedings of the IATUL Conferences.* Availabl:"http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1960&context=iatul

61- Newman، M.E J (2005). The Structure and Function of Complex networks .- [Santa Fe]: Santa Fe Institute. P2.

62- Pallis، George.،(et al) (2011) Online Social Networks : Status and trends .- New Directions in Web Data Management .- Heidelberg : Springer-Verlag Berlin Heidelberg. P213.

63- Park، Minji، Kim،Jihye .How does Cyworld and Personal Networking Communities Effect People's Communication and Relationships? P1.

64- Pool، Ithiel de Sola ، Kochen، Manfred (1978). Contacts and Influence.-Social Networks. Netherlands : Elsevier، P6.

65- Powell، Guy R.(2001). Roi of Social Media : How to Improve The Return one your Social Marketing Investment. Asia: John Wiley & sons ،2011.

66- Priem، Jason & Hemminger، Bradley M. Scientometrics 2.0 : toward new metrics of scholarly impact on the social web .- First Monday، Vol. 15، No.7، 2010.-

67- Redmond، Fiona. .Social Networking Sites : Evaluating and Investigating Their Use in Academic Research. Presented at ICERI 2010 (International Conference of Education، Research and Innovation) that was held in Madrid on the 15th، 16th and 17th of November، 2010. P 4

68- Samuel Kai-Wah Chu، Helen S Du. Social networking tools for academic libraries.- Journal of Librarianship and Information Science، 2012. P 1.

69- Schuyler، M. (2001) Cutting – edge Statistics.- **Computers in Libraries** .- Vol. 21، No.3. PP.51-53.

70- Skog، Daniel .(2004)" THEY REALLY WANT YOU TO WRITE DOWN WHO YOU ARE" The

71- Social Media، Libraries، and Web 2.0 : How American Libraries are Using New Tools for Public Relation and to Atrrtact New Users-Fourth Annual survey November 2011 p 3 available at :
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf

72- Disclosure of Private Information At Lunarstorm.- IADIS International Conference Web Based Communities ،pp1-2

73- Travers، Jeffrey، Milgram، Stanley.(1969) An Experimental Study of the Small World Problem.- Sociometry، Vol32 ، No4. P428-429.

74- Vakali، A. & L.C.Jain (Eds.) (2001):New Directions in Web Data Management .- Heidelberg: Springer- Verlag Berlin، p 222

75- Watts، Duncan J.Watts(2003).- Six Degrees : The Science of a Connected Age.- Newyork: w.w. Norton & Company، p38.

76- Wellman، B. (2001). Computer Networks As Social Networks . *Science* ، *293* (5537)، 2031-2034.

77- Xu Cheng Cameron Dale Jiangchuan Liu. Statistics and Social Network of YouTube Videos.- Quality of Service، 2008. IWQoS 2008. 16th International Workshop.p229-230 available at :
http://www.cs.sfu.ca/~jcliu/Papers/YouTube-IWQoS2008.pdf

78- Zafarani ، Reza. Cole ،William D. .- Sentiment Propagation in Social Networks: A Case Study in LiveJournal .- springerlink.- Vol6007/2010،p 415.

ملحق رقم(1)

قائمة مراجعة

خاصة بالمعايير الاساسية التى يجب توافرها عند تقييم مواقع الشبكات الاجتماعية

أولاً : ديموغرافية الشبكة : وتشمل

1- الإتاحـــــــــــــة
2- الترتيب العالمى على المستوى العام
3- الترتيب على حسب الشبكات الاجتماعية
4- عدد الاعضاء
5- عدد الزوار
6- الحد الادنى لعضوية الاشتراك
7- نسبة الاعضاء الذكور
8- نسبة الاعضاء الإناث
9- نسبة الاعضاء تحت الـ 18 سنه
10- التغطية العالمية
11- التغطية اللغوية
12- الفئة التى ينتمى إليها
13- نشر الإعلانات مجاناً

ثانيا : الملف الشخصى : ويشمل :

1- محرر الحساب الشخصى ذو خاصية (WYSIWYG*)
2- تعديل واجهة الحساب الشخصى
3- تخصيص الاكواد (HTML or CSS)
4- بناء سطر المسار الموحد URL الشخصى.

5- قائمة الأصدقاء

6- دعوة الأصدقاء

7- إتاحة الصور الشخصية

8- الحجم الأقصى لرفع الصور

9- بناء البومات الصور

10- تدوين التعليقات

11- بناء المدونات / الجرائد

12- إنشاء التطبيقات

ثالثاً : الجماعات Groups : وتشمل

1- إنشاء الجماعات

2- حريه عرضها وإخفاءها

3- السماح للأعضاء بنشر الأخبار

4- إرسال الرسائل للأعضاء دفعة واحدة

5- السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة

6- إعطاء الصلاحيات لمدير الجماعة

رابعاً : الصفحات : Pages وتشمل :

1- إنشاء الصفحات

2- التقسيم الفئوى للصفحات

3- السماح للأعضاء بنشر الأخبار

4- إرسال الرسائل للإعضاء دفعة واحدة

5- السماح بمشاركة ملفات الوسائط المتعددة

6- اعطاء الصلاحيات لمدير الصفحة

خامساً : وسائل الحماية Security : وتشمل

1- ضبط الإعدادات

2- حجب الاعضاء

3- الابلاغ عن الاشخاص المزعجين

4- الابلاغ عن إساءة الاستخدام

سادساً : الخصائص التشابكية وتشمل :

1- غرف الدردشة

2- الرسائل الفورية

3- التيجان tags

4- النشرات Bulletins

5- المنتديات Forums

6- البريدemail

7- مشاركة ملفات النصوص / الاغانى / الصور / الافلام

8- استخدام الموبايل في الولوج إلى الشبكة

9- تحميل الاغانى

10- تحميل افلام الفيديو

11- تحميل الافلام الشخصية

12- الالعاب

13- الاعلانات المبوبه

14- الأحداث Events

15- تصفح الكتب

سابعاً : البحث Search ويشمل البحث :

1- باسم الشخص

2- بالبريد الإلكتروني

3- بالمدرسة

4- بالمدينة

5- بالاهتمامات المشتركة

6- الكلمات المفتاحة

ثامناً : مساعده الدعم الفنى Technical Help/Support : وتشمل

1- eMail Support

2- FAQ

3- User Forums

تاسعاً : لغات التصميم المستخدمة :

1- PHP

2- JAVASCRIPT

3- C

4- ASP.NET

5- XHTML

عاشراً : قاعدة البيانات المستخدمة :

1- ORCAL

2- MYSQL

3- SQL